



VOLUMEN 5 NÚMERO 2

Revista Internacional de la

Imagen

Identidad vasca proyectada en el *anime*

La construcción del espectador a través de las series de animación japonesas emitidas en Euskal Telebista (Televisión Pública Vasca)

MARCOS GARCÍA-ERGÜÍN MAZA

Identidad vasca proyectada en el *anime*: la construcción del espectador a través de las series de animación japonesas emitidas en Euskal Telebista (Televisión Pública Vasca)

(Basque Identity through Anime Series: The Spectator Construction Based on Japanese Animated TV Series Broadcasted on Public Basque Television)

Marcos García-Ergüín Maza,¹ Universidad de Burgos, España

Resumen: El presente estudio trata la influencia en la construcción del imaginario infantil vasco creado por las producciones de animación extranjeras dobladas al euskera. De esta manera, se separa la animación como elemento pedagógico y de reproducción del imaginario y de la lengua vasca frente al resto de series de animación extranjeras (predominantemente de origen japonés) que tuvieron largo recorrido en la televisión pública vasca. Una serie de producciones que contribuyeron a crear la idiosincrasia de los jóvenes vascos durante los años noventa y a acercar el idioma a los castellanohablantes.

Palabras clave: animación, doblaje, euskera, "anime", series de televisión

Abstract: This study tries to establish all kinds of constructions created by foreign series (Japanese mostly) in the Basque Country. Therefore, the main purpose is to know how Japanese series broadcasted on Basque television in the Basque language influenced the point of view and the imagination of the animation and visual entertainment in the Basque Country in the nineties.

Keywords: Animated Series, Anime, Basque Television, Dubbing

Introducción

Desde sus inicios, y con la incontestable superioridad técnica de compañías como la conocida Disney, la animación, a pesar de no tratarse de un género en concreto (aunque se podría entender el *cartoon*² como tal), ha poseído funciones y públicos muy específicos: generalmente el infantil. No obstante, aunque la animación cinematográfica tradicional ha ido expandiendo su mercado y buscando nuevos espectadores más adultos, la situación en el panorama televisivo se ha constituido de forma diferente.

Las series de animación ya no tienen una única cuota de mercado, sino que ofrecen productos de entretenimiento exclusivamente dirigidos al público adulto o de otra índole. Por lo que dichas series animadas han sufrido en los últimos años un considerable cambio en su industria. Una industria que, generalmente, ha escapado de las proezas técnicas, ya en posesión exclusiva de los grandes estudios estadounidenses y sus largometrajes, y ha incorporado y distribuido realizaciones de todo tipo y de diferente nacionalidad en televisiones de todo el mundo. Incluso han surgido nuevos canales especializados en animación infantil y otros para adolescentes y adultos. Un hecho que ha logrado que las realizaciones animadas televisivas se especialicen en una cuota de espectadores concreta y se despojen de su público teóricamente nacional (en el caso norteamericano) para dirigirse a cualquier mercado internacional. Y es que

¹ Corresponding Author: Marcos García-Ergüín Maza, C/ Parralillos s/n. 09001, Departamento de Comunicación Audiovisual, Universidad de Burgos, España: mgmaza@ubu.es

² El *cartoon* se entiende como el estilo de hacer animación simplificado los personajes y caricaturizándolos mediante formas geométricas simples para dotarlos de vida y movimiento antropomórfico.

tal y como dice Albert Carrillo (2010), el poder mediático y televisivo lo domina la industria estadounidense. Así, de alguna manera, nos vamos despojando de nuestra particularidad visual.

De la misma manera, la mayoría de nosotros nunca se ha topado con una estrella de Hollywood, pero evaluamos nuestra belleza o fealdad personal guiados por las imágenes mediáticas de dichas estrellas. Y lo importante aquí es que nuestra experiencia mediática no tiene por qué estar, en principio, centrada nacionalmente, ya que en cada país la tendencia es hacia el acceso abierto a los medios de información globales. (Carrillo 2010, 3)

Ahora bien, cuando una industria minoritaria pretende incorporar o continuar con un público regional o nacional concreto ocurre todo lo contrario. Las series tienen que poseer características y tratar temas concretos que afectan a la sociedad de ese rincón del planeta. Pero existe otro derrotero, que no es el producir series propias sino el de adaptar las extranjeras. De ahí que se ponga en funcionamiento el sistema de doblaje. Aunque, paradójicamente, las series infantiles que se pusieron en funcionamiento para someterse a este proceso en la televisión pública vasca durante los años noventa resultaron ser en su mayoría *anime*. Es decir, animación japonesa. Un tipo de animación con un estilo, un sistema de producción y unas características propias que poco o nada tenían que ver con las producciones europeas y, consecuentemente, vascas. Sin embargo, contribuyeron a la creación y se incorporaron a la cultura audiovisual de los jóvenes vascos durante más de una década. De hecho, hay que tener en cuenta que, en cuanto a los dibujos animados, “ETB siempre ha otorgado un trato de preferencia hasta tal punto que en el año 1987 ETB tenía el mayor índice de programas infantiles de Europa (15,2%)” (Barambones 2009, 147).

De manera que todo el imaginario y la cultura pictórica japonesa fue adquirida por la sociedad vasca. Y es que “nuestra experiencia está constituida por cosas que podemos ver y tocar y por cosas que podemos ver representadas por imágenes mediáticas, o imaginar y comprender a través de la información mediática” (Carrillo 2010, 3). Pero lo más importante es que fue asumida como propia, ya que estas series de *anime* fueron dobladas al euskera y emitidas por el primer canal de Euskal Telebista, contribuyendo así a la “euskaldunización” lingüística de toda una generación.

Animación e idiosincrasia nacional

Cuando nos referimos a los productos cinematográficos de animación más importantes, o los que más público recogen, lo hacemos siempre en base a la industria de Hollywood. Una industria que se ha encargado de proporcionar un espacio y una función muy concreta a este tipo de cine. Así, resulta que los productos de cine de animación han mantenido siempre un mensaje dirigido al público infantil y al disfrute de toda la familia. Un hecho que ha proporcionado a esta técnica unas características muy marcadas. Entre ellas, destaca el estilo *cartoon*, en cuanto al diseño de los personajes y la elección de los temas, que se basa en dotar de vida y movimiento antropomórfico a seres inanimados y animales. Aunque su valor más representativo ha sido siempre el tono cómico y su desarrollo de la caricatura, sobre todo, a la hora de adaptar los grandes clásicos de la narración infantil.

De este modo, a nivel industrial, el cine de animación siempre se ha visto supeditado al poder de Hollywood y, concretamente, al de Disney, que es la compañía que se ha encargado de dictaminar qué tipo de producto han consumido los espectadores de todo el mundo. Aunque ahora, centrándonos en el panorama de Hollywood, observamos que éste se ha basado siempre en el *cartoon* -o lo que es lo mismo, en la caricatura infantil- actualmente, ha derivado en un tipo de cine más dirigido a adolescentes y adultos (todavía incluyendo al público infantil). De hecho, se podría hablar de un tipo de *cartoon* más dirigido a toda la familia, en lugar de uno dirigido única y exclusivamente al más pequeño de la casa.

El panorama de la industria de la animación ha seguido este camino, que, obviamente, ha sido asimilado por todos los estudios. Algo normal dentro de las mayores posibilidades comerciales que ofrecía. Y es que el nuevo tratamiento ampliaba el público al que iba dirigido y, consecuentemente, incrementaba la recaudación. Pero lo importante es que incluso ha llegado a ser absorbido por el resto de cinematografías (ya sean europeas, asiáticas, etc), que, viendo la posibilidad de imitar el mismo discurso, aunque con menores recursos y capacidad técnica, se han lanzado a elaborar sus largometrajes de animación (y no únicamente para su público nacional). Por lo que, de alguna manera, el resto de nacionalidades se han despojado de sus señas de identidad mediante lo que se podría llamar una *americanización* de sus realizaciones³.

Ahora bien, no tienen nada que ver los mercados cinematográficos con los televisivos. Por consiguiente, la elaboración de las series y su enfoque siempre se destina a canales de televisión, que, obviamente, emiten siempre para sus propias fronteras (incluido E.E.U.U.). Aunque, como siempre, también hay excepciones, ya que hay cadenas que emiten por todo el mundo, sobre todo las especializadas en *cartoon*, y además, el denotado éxito de una producción en un mercado concreto, puede llevar a que cadenas extranjeras se interesen por su compra y asuman los costes de doblaje a su propio idioma.

A este respecto, encontramos ejemplos muy claros, como pueden ser los diferentes canales de Disney, Cartoon Network o Nickelodeon (perteneciente a la cadena MTV), en Estados Unidos. Sin embargo, en el mercado norteamericano existen dos tendencias en base a esta oferta de entretenimiento. La primera, que sigue ofreciendo el producto de *cartoon* clásico -el que está destinado al público más infantil (y creado para cualquier público internacional)- y la segunda, que funciona más para el público adulto (y que trata temas trascendentales para la sociedad), siendo incluso no apta para las generaciones más jóvenes.

[...] Las prácticas industriales de Cartoon Network han ayudado a hacer del *cartoon* un género legítimo para las audiencias masivas una vez más, trabajando para erosionar los estigmas asociados a los dibujos animados [...] (Mittell 2004, 20–21).

De modo que nos encontramos ya ante una distinción y dos productos completamente diferentes, industrialmente hablando. Y es precisamente la segunda variante, la que se aleja del modelo clásico, la que se ha constituido como una forma de hacer series de animación totalmente norteamericana. Porque la iniciativa de crear series de humor adulto, basadas en el drama y la crítica social de la clase media estadounidense -de la que fuese precursora *The Simpsons* (*Los Simpsons*, Groening, M. 1989)-, se ha convertido en un subgénero propio de la animación televisiva, generando así diversas series a cada cual más irreverente.

Pero, volviendo a la ruptura con el *cartoon* clásico -el de Disney y Warner Bros-, hay que decir que la libertad y el abaratamiento de costes del mundo de la televisión no solo han generado casos como el que comentábamos en E.E.U.U. También en otros países se han suscitado discursos propios dentro de esta forma de trabajar la animación. “[...] Otras cinematografías nacionales sí han conseguido transmitir, con sus mensajes audiovisuales, una manera propia y fácilmente discernible de su forma de ser y comunicar sus vivencias populares” (Gutiérrez Márquez 1997, 380). De hecho, Japón lleva ya muchos años con un estilo personal que ha conseguido exportar con enorme éxito: el *anime*.

Cinematografías como la estadounidense, francesa, italiana, japonesa, alemana, etc., presentan un estilo propio basado en modelos narrativos que, más allá de técnicas estandarizadas, ofrecen un toque único fácilmente identificable como propio y diferente de las otras. Esta huella no es fácil encontrarla en la cinematografía vasca, a excepción de algunos rasgos de identidad someros y superficiales. (Gutiérrez Márquez 1997, 380)

³Se eliminan así las características nacionales en la animación en cintas que antes tomaban características propias de su cultura. Por ejemplo, es el caso de Nico, el reno que quería volar (Michael Hegner, Kari Juusonen, 2008) o Donkey Xote (José Pozo, 2007). Ambas, películas que apelaban a su idiosincrasia nacional: la primera a los renos y a la tradición nórdica, y la segunda a Don Quijote y la tradición literaria castellana.

Concretamente, Japón ha sido siempre un gran consumidor de sus diferentes productos de narración visual, ya sea *manga* o *anime*. Y esto, al principio, condicionó el acabado final de sus series, ya que, al haber gran demanda, debían acelerar la elaboración de las mismas. Un hecho que provocó que funcionasen con menos fotogramas y recursos visuales más rígidos. Pero, aunque parezca extraño, no sólo sirvió para cubrir las necesidades del consumidor con una oferta cada vez más amplia, sino que se convirtió en un modo de hacer nacional que, finalmente, terminó por exportarse y consumirse por todo el mundo como una estética aparte.

El ejemplo japonés

Desde su origen el cine ha sido un instrumento de generación de identidades tanto a nivel nacional como transnacional, trasladando los planteamientos de la nación productora de una película o grupo de películas determinadas a un grupo de naciones más amplias que el de la nación original. (Labrador 2006, 721)

Hay que tener en cuenta que, debido a la lógica y exagerada progresión de la cultura del *manga* (novela gráfica) y el *anime* en Japón, la industria ha terminado buscando continuamente nuevas formas de cara al mercado. De ahí que sigan surgiendo innumerables variantes dentro de este tipo de historia gráfica. Sin embargo, las nuevas generaciones no han llegado a acceder a un progreso de los códigos del *manga* ni a alcanzar un nuevo lenguaje del mismo. Y es que, mientras occidente busca continuamente nuevos modelos o estilos visuales para sus historias, independientemente de su novedad o de la repetición de las narraciones clásicas, en Japón, los códigos estilísticos se mantienen de manera uniforme. Dicho de otra manera, los productos *manga* no varían la forma (aunque puedan cambiar el contenido), por lo que, a diferencia del *cartoon*, no está destinado a un público infantil, sino que hay una multitud de géneros y subgéneros disponibles en el mercado para todo tipo de público según el género y la edad⁴.

La morfología humana sigue manteniendo el mismo canon introducido años atrás -con *Astroboy* (Tezuka. O. 1963)- y los puntos de vista elegidos reproducen el mismo manierismo. Por lo que la evolución, a pesar de ser también tecnológica, difiere sobremanera de la occidental. Y es que, en este sentido, aunque el *manga* se mantiene editado en blanco y negro (debido a los problemas derivados del tiempo de edición y la necesidad de continua tirada que deben mantener las editoriales), es, quizás, el *anime* el medio que más ha evolucionado. Pero, como decimos, tecnológicamente. Lo que conlleva que se haya avanzado en el tiempo de producción gracias a nuevos *softwares* y herramientas, pero las pautas que condicionan el estilo nipón se han mantenido en el tiempo como una corriente estética definida.

Sin embargo, se trata de una forma de realizar animación que ha respondido siempre a fines económicos. Concretamente, al abaratamiento de la producción. De esta manera, el *anime* siempre ha sido más rígido porque se realiza con menos fotogramas por segundo y con una expresión animada más estática. ¿Por qué? Por la misma razón que el *manga* se elabora en blanco y negro: porque existe una gran demanda en el país de estos productos y hay que realizarlos de la manera más rápida posible.

En este sentido, nos encontramos ante una industria nacional de animación que se sustenta por sí misma. Por lo que Japón no necesita buscar nuevos mercados para sus productos. Así, la demanda es tan grande dentro de sus fronteras que han conseguido levantar toda una industria en

⁴Principalmente, la diferencia siempre estriba en la edad y el género del espectador. De este modo, nos encontramos con que hay mangas específicos para niñas y también para niños; como el *kodomo*, que consiste en narrar historias en las que los animales cobran vida (“Doraemon”), o el *mecha*, que basa sus narraciones en robots y en la lucha del hombre contra la máquina (“Mazinger Z”). Todos ellos subgéneros perteneciente al género *anime* infantil masculino, el *shonen*. Al mismo tiempo, también se realizan géneros como el *shojo*, que consiste en el género amoroso y de cotilleo para chicas por excelencia, que, a su vez, también da pie a varios subgéneros, el *maho-shojo* y el *shojo ai*. Uno basado en chicas con poderes mágicos y el otro destinado a chicas lesbianas o de tendencias bisexuales. Pero, cómo no, también se dan productos para chicos adolescentes (más violentos) y para adultos.

torno al *anime*. No obstante, la animación japonesa, dada su personalidad, ha sido exportada y muy bien digerida en otros contextos, como pudiera ser el caso de Euskadi, siempre apoyada por un gran apoyo mediático y de artículos de consumo.

Se debe entender que el *manga* y el *anime* son parte de un fenómeno mundial con implicaciones amplias y profundas, diversos géneros y temáticas que derivan en estilos del vestir o disfraces. La emergencia y popularización de los productos japoneses *manga* y *anime* se ha extendido por el mundo a través de prácticas intrincadas entre objetos de consumo, representaciones de personajes, relación de comunidades y producción-reproducción de imágenes (Castelán 2010, 1).

El anime y el caso vasco

A continuación, hay que comprender cómo se asimilaron todas las elaboraciones televisivas animadas niponas en la Comunidad Autónoma Vasca (CAV) y su adaptación al medio lingüístico, que dadas las particularidades y el bilingüismo imperante, tuvo diferentes resultados que en otras partes del mundo en las que se emitieron dichas series.

Euskal Telebista emitió durante la década noventa todo un catálogo de series *anime*, en exclusividad para los espectadores vascos, completamente al margen de la televisión estatal. En parte, porque los productos de mayor éxito internacional en torno al *anime* se comercializaron en las televisiones autonómicas. Un hecho que entrelaza el destino del este tipo de animación a la adaptación regional. Pero en el caso de las realizaciones emitidas en la televisión pública vasca, lo hace también con el idioma. Y es que todas estas series no fueron dobladas al castellano (ni mucho menos emitidas en versión original) sino que fueron dobladas al euskera, contribuyendo así a la “euskaldunización” de toda una generación que acudió al primer canal de Euskal Telebista (el canal perteneciente a la televisión pública vasca que siempre ha emitido en dicho idioma) para disfrutar de las series japonesas que tanto éxito estaban cosechando por todo el mundo en aquel momento.

A este respecto, cabe citar que se produce una reacción opuesta a la que Carrillo Albert define como *dubbing* cuando argumenta -poniendo como ejemplo el caso estadounidense en lugar del japonés- que en todo país se adquiere y se contagia del carácter norteamericano mediante el doblaje y la conversión lingüística de sus realizaciones.

No solamente ocurre que mucha gente en todo el mundo puede comunicarse con otros en inglés, sino que los productos de la industria cinematográfica norteamericana se traducen a todos los lenguajes (*dubbing*). Esto tiene una importancia capital porque si es cierto que alguna dimensión de la identidad nacional está articulada lingüísticamente, entonces las películas norteamericanas son crecientemente constitutivas de toda identidad nacional y privada. (Carrillo 2010, 4)

Sin embargo, hay un doble sentido en esta aprehensión de elementos culturales ajenos a los propios. Y es que, de igual manera que todos incorporamos el imaginario visual norteamericano al propio y colectivo mediante la adaptación de todos los productos cinematográficos y televisivos que vienen de Estados Unidos, también estamos creando un producto que nada tiene que ver con otras adaptaciones elaboradas en cualquier otro país, porque la adaptación altera la naturaleza misma de los personajes y la comunicación entre emisor y espectador. No hay que olvidar que toda realización responde a unas inquietudes artísticas y culturales propias de su contexto económico, artístico y social. Por lo tanto, por mucho que se reescriba una producción televisiva norteamericana y se doble al idioma que se considere, el espectador nunca va alcanzar un grado de asimilación, respuesta y reacción plenas, porque siempre van a existir vacíos por el contexto y la nación a la que pertenece el televidente. Dicho de otra manera y a modo de ejemplo, en cualquier serie de humor estadounidense pueden hacer referencia a un presentador de

cualquier cadena nacional con la intención de hacer un *gag* y que en Euskadi se pierda esa broma ante el desconocimiento del personaje por parte de los espectadores vascos.

Ahora bien, volviendo a las series y, en concreto, a las de animación japonesas, ocurre algo diferente. Nos encontramos con que no resaltan tanto las adquisiciones culturales en un sentido argumental o de contexto en el que se enmarcan las elaboraciones, sino que lo que llama la atención como rasgo de identidad es el estilo de dibujo y el carácter de su animación, es decir; su estilo artístico. Por lo tanto, aquí, la adaptación no es tan diligente, no se vende un producto estadounidense para convertirlo en propio, sino que se compra el japonés porque es precisamente eso, japonés, y con sus rasgos bien definidos. Y es que el estilo nipón, tan propiamente nacional, ha sido reclamado por los espectadores de todo el mundo como producto de consumo sin la intención de alterarlo y hacerlo propio, reivindicándose a sí mismo.

Si a la eficiencia emotivo figurativa de las imágenes, de por sí incomparablemente mayor que la de un texto, agregamos la eficiencia emotiva y la amplísima vaguedad o ambigüedad figurativa del acompañamiento musical de las secuencias cinematográficas, resulta, entonces, que la fuerza expresiva de dichas secuencias toma a su servicio, subordinándolo por completo, el leguaje nacional o el dialecto regional al que fueron “dobladas”. (Carrillo 2010, 4)

Es el idioma, consecuentemente, no el que ha adaptado las series japonesas a la legua vasca, sino el que se ha convertido en la herramienta para poder acceder a tan original forma de hacer animación. Dicho de otra manera, no se ha vendido el *anime* como se ha hecho siempre con las elaboraciones estadounidenses en el extranjero, sino que ha sido el extranjero el que ha ido en la búsqueda y ha querido apropiarse del *anime* -en parte, por el bajo coste y lo baratas que resultaban este tipo de series-. De esta manera, el euskera, ya que ETB adquirió los derechos de emisión de todas las series *anime* emitidas en el conjunto del estado para sus propias fronteras, se convirtió en el único medio para poder acceder a este tipo de animación televisiva en Euskadi. Sin embargo, a diferencia de otras naciones, ya que no toda su población dominaba esta lengua, se convirtió en un modo de educar y aprender la lengua vasca para todo ese público infantil. De este modo, se convirtió en el medio por el que poder consumir *anime*, y la propia animación japonesa, sin quererlo, en una herramienta pedagógica al servicio de dicha lengua.

La euskaldunización del producto exterior

El anime en Euskal Telebista

El inicio de la emisión de series de *anime* en ETB se debe a la creación en 1989 de FORTA (Federación de Organismos y entidades de Radio y Televisión Autonómicos). Un organismo que surgió gracias a la colaboración entre las televisiones autonómicas a nivel estatal, el cual, a su vez, permitiría a las cadenas autonómicas cooperar entre ellas y, así, competir con las emisoras nacionales, que contaban con mayor presupuesto, en igualdad de condiciones. La iniciativa de creación de FORTA se tradujo en un trabajo conjunto que posibilitó a las televisiones asociadas participar en contratos de adquisición de derechos, intercambio de contenidos, co-producciones, comercialización de espacios publicitarios, etc. Obviamente, en este contexto, los dibujos animados, al ser muy importables, fueron uno de los contenidos más beneficiados de esta asociación, dando lugar a la creación de numerosos espacios infantiles cargados de contenidos a muy buen precio.

No obstante, la contratación y la incorporación de series *anime* a las televisiones autonómicas se debe, con nombres y apellidos, al barcelonés Mario Bistagne, a su productora cinematográfica y su asociación con la televisión catalana. Y es que cuando en 1983 el canal necesitaba incorporar productos televisivos infantiles a su emisión, Bistagne se sumó a la propuesta adaptando series extranjeras mediante su estudio de doblaje (Dobi).

Bistagne acudía con regularidad al Festival de Televisión de Cannes: MIPTV. Un festival para profesionales del sector audiovisual en el que las distintas productoras de todo el mundo exponían sus últimos trabajos con el objetivo de que los exportasen a sus países. Por aquel entonces, una de las compañías más importantes, en cuanto a contenidos infantiles, era la TOEI Animation⁵. Una compañía japonesa que ofrecía series a un precio muy competitivo. En este contexto, Mario pronto se convirtió en comprador habitual, ya que luego se encargaría de vender las series de la TOEI a TV3, aprovechando así su propio estudio de doblaje para adaptar la series.

Gracias a la iniciativa de Bistagne, llegaron licencias de series de *anime* como *Capitán Harlock* (1978) o *Dr. Slump* (1981), pero no sería hasta la llegada en 1989 de *Dragon Ball* (1986) cuando explotaría el fenómeno. El éxito de *Dr. Slump* animó al canal autonómico a apostar por esta curiosa serie de aventuras del mismo autor. Al principio, pensaron que compraban una típica serie japonesa de 26 episodios sin ninguna otra pretensión que la de rellenar el hueco de la programación infantil, pero las consecuencias fueron imprevisibles.

Dragon Ball (*Dragoi Bola/Bola de dragón*) comenzó a emitirse en 1989 en Cataluña, y en Euskadi se comenzó a emitir el 4 de Octubre de ese mismo año. Ya en 1990 sería emitida por todo el estado con la excepción de las comunidades autónomas que no poseían canales autonómicos y que tendrían que esperar a que la serie fuese emitida por Antena 3 a partir de 1997.

No obstante, de entre todas las series *anime* que se emitieron en euskera en ETB, estas son las que más trayectoria han tenido, tanto por número de reposiciones como longevidad: *Dragon Ball* (*Dragoi Bola*), *Kureyon Shin-Chan* (*Shin-Chan*) y *Doraemon* (*Doraemon, katu kosmikoa*), antes de ser emitidas posteriormente en castellano en otras cadenas de ámbito estatal y privado. Estas series fueron las que mayor poder de reclamo tuvieron y las que con mayor fuerza contribuyeron a la “euskaldunización” y aprendizaje de muchos *euskaldunberris* (o jóvenes cuya lengua materna era el castellano y estaban en proceso de aprendizaje de la lengua vasca) entre 1989 y 2005.

Ahora bien, las series de *anime* no fueron exclusiva de las cadenas autonómicas y del euskera en la CAV, sino que fueron propiedad también de las incipientes cadenas privadas que surgieron, tanto de Telecinco como de Antena 3 y Canal + (Sogecable), que obtuvieron sus respectivas licencias de emisión en 1989, tanto en abierto para las dos primeras, como en codificado para la tercera.

Telecinco comenzó a ofrecer en sus espacios infantiles multitud de series de diferente géneros *anime*, ya fuesen especializadas para niñas o niños (véase anotación 2), introduciendo en España series como *Bishōjo Senshi Sērā Mūn* (*Sailor Moon*), *Captain Tsubasa* (*Campeones*), *Mazinger Z*, *One piece*, *Lupin* o *Saint Seiya* (*Los caballeros del Zodíaco*) de estilo *shonen*. A su vez, en Antena 3 se emitieron *Ranma ½*, *Kappei el terremoto* (*Chicho terremoto*), *Captain Tsubasa* (*Campeones*)⁶, *Dragon ball* y *Kureyon Shin-Chan* (*Shin-Chan*)⁷, entre otras. Un hecho que da a entender la relevancia de las series *anime* en las cadenas privadas durante la última década del siglo XX, todo ello sin contar la relevancia que adquirieron productos de animación japonesa como *Heidi* y *Marco*, creadas más de una décadas antes e incluso emitidas por el ente público de Televisión Española. Pero lo realmente relevante es la diversidad de subgéneros *anime* que emitieron cadenas como Telecinco y Antena 3, es decir; los diferentes productos más destinados a niñas, niños u adolescentes de uno u otro sexo.

En principio, aunque lo iremos viendo a lo largo de la investigación, las series compradas por Euskal Telebista no estaban destinadas a cubrir todas las cuotas de público a la que más tarde

⁵Por aquel entonces conocida como TOEI DOGA, fue la encargada de crear series pertenecientes ya al imaginario infantil internacional, como *Mazinger Z*, *One Piece*, *Kamen Rider*, *Caballeros del Zodíaco*, *Dragon Ball*, *Candy Candy* y *Sailor Moon*, entre otras.

⁶Obsérvese que algunas series comenzaron a emitirse en Telecinco y luego fueron retomadas por Antena 3.

⁷Estas dos últimas series, como ya hemos comentado anteriormente, empezaron a emitirse con anterioridad en las cadenas autonómicas.

querían llegar las cadenas privadas con toda su multitud de productos. Y es que las series emitidas exclusivamente en euskera (ya que nunca se emitieron en castellano por el segundo canal de la cadena) eran historias *shonen* aparentemente dirigidas al público masculino.

Dragoi Bola se trataba claramente de un *shonen* destinado a los más jóvenes y adolescentes. La trama se basaba en la búsqueda de las tan ansiadas bolas mágicas que hacen brotar a un dragón que concede deseos a su poseedor. El protagonista, Goku, era un pequeño salvaje que poco a poco se iba instruyendo en las artes marciales y encontrándose en su viaje hacia el conocimiento a diferentes amigos que le ayudarían a proteger el planeta frente a diferentes enemigos. Por contra, *Dorameon, Katu Kosmikoa* era una producción destinada a un público más infantil, en la que un gato-robot del siglo XXII llegaba a través del tiempo a Japón para ayudar e instruir en el tránsito hacia la madurez a un niño introvertido y con muchos problemas para socializarse: Novita. Dos casos que nada tienen que ver con *Shin-Chan*, porque, a pesar de ser también el protagonista un niño, al igual que en las otras dos series *anime*, esta última fue concebida para un público totalmente adulto, con un lenguaje muy explícito y *gags* totalmente subidos de tono. No obstante, el éxito, tanto en Japón como en el extranjero, fue provocado por la gran acogida del público infantil y adolescente, y terminó en convertirse en una producción para tales efectos.

Ahora bien, tanto *Doraemon* como *Shin-Chan*, resultan ser series que empezaron a emitirse con posterioridad al fenómeno *Dragoi bola*. La primera fue estrenada el 16 de febrero de 1994, y la segunda el 26 de Noviembre de 2001 en ETB1, respectivamente. Por lo tanto, *Shin-Chan*, a pesar de comenzar a realizarse en 1992, tardó mucho en ser comprada por los canales autonómicos, y habría que esperar a 2005 para que fuese emitida por Antena 3 y tuviese proyección nacional.

A partir de aquí, nos encontramos con diferentes lecturas frente a la concepción original de los *anime* japoneses y sus versiones “euskaldunizadas”. Para empezar, todas las series emitidas en euskera por Euskal Telebista fueron concebidas para un público masculino, lo cual no quiere decir que no fuesen consumidas por las jóvenes vascas. Pero es algo que tendremos que tener en cuenta en la presente investigación para preguntar y estudiar cómo fue la recepción femenina de dichos *animés*. En segundo lugar, nos encontramos con que las edades y los públicos entre las diferentes realizaciones no coinciden. Sin embargo, fueron emitidas para la mismas (entendiéndose el público infantil televisivo de manera amplia, entre las edades más tempranas y las del final de la adolescencia), por lo que el destino tan dirigido a un grupo social exclusivo para el que fue creado en Japón, en Euskadi, se rompe para englobar el mayor rango de espectadores posibles. Ahora bien, las tres series fueron emitidas exclusivamente en la CAV en lengua vasca, y dado el éxito que generaron, siendo incluso hoy en día de las series que más se han exportado, doblado y consumido en todo el mundo, la expectación y el disfrute en euskera que propiciaron a partir de 1990, llegó incluso a atraer espectadores, además de *euskaldunes* (cuya lengua materna es el euskera) y *euskaldunberris* (cuya lengua materna es el castellano pero aprenden y viven el bilingüismo), a castellanohablantes, que poseían pocos o ningún conocimiento de la lengua. Es por ello que este texto, a continuación, va a intentar presentar los datos recogidos para comprobar y comprender la influencia que tuvo el *anime* en la construcción del espectador vasco mediante su lengua; todo ello gracias a los datos recogidos mediante un proceso de investigación basado en encuestas y entrevistas realizadas a los jóvenes nacidos a finales de los años ochenta.

Resultados

Para la comprobación de la influencia del euskera en los jóvenes vascos a través del *anime* entre 1990 y 2002, hemos tomado como referencia los nacidos entre 1980 y 1985 para comprobar los efectos de un público que oscilaría entre los 5 y los 22 años. Es decir, un público no solo exclusivamente infantil, dejando así también la perspectiva adolescente y teniendo en cuenta sus diferentes etapas educativas.

En este sentido, no podemos dejar de lado el modelo educativo escogido y adoptado por los jóvenes, puesto que dependiendo del que cursasen, su percepción y experiencia frente a las series *anime* emitidas sería muy diferente. Recuérdese que muchos de los sujetos de la muestra sufrieron la transición entre varias leyes educativas, la Ley General de Educación y la LOGSE⁸: la EGB⁹ y BUP¹⁰ frente a la ESO¹¹ y BACHILLERATO (enseñanza posobligatoria formada por dos años). Y es que entre las edades comprendidas, algunos sujetos conocerían y se educarían exclusivamente en la LOGSE, otros comenzarían a cursar la EGB y luego accederían a la LOGSE, algunos comenzarían con EGB y BUP para pasar después a la LOGSE, o en el tercer de los casos, cursarían la EGB y BUP. De esta manera, los nacidos en 1982 serían los últimos en estudiar algún curso de BUP, y los nacidos en 1984 serían los primeros en estudiar íntegramente bajo la línea curricular de la LOGSE. Todos estos cambios, que se efectuaron en el período que nos ocupa, afectaron a los sujetos de nuestro estudio y tuvieron sus consecuencias en la variación de las horas de docencia en favor de la lengua vasca, y, aunque los diferentes modelos lingüísticos se mantuvieron, se incrementó de alguna manera la impartición de dicho idioma.

Como hemos dicho, dentro de este contexto, también hay que tener en cuenta el modelo lingüístico de aprendizaje en un territorio dominado, sobre todo, por los modelos que se ofrecían en la CAV, es decir, por las posibilidades que tenían los alumnos de impartir una o varias asignaturas en una u otra lengua. Porque las opciones lingüísticas educativas para los nacidos entre 1980 y 1985 en la comunidad autónoma serían las siguientes: modelo A (con el castellano como lengua vehicular a excepción de la asignatura de lengua vasca), modelo B (parte de asignaturas en castellano y otras en euskera) y modelo D (con euskera como lengua vehicular a excepción de la asignatura de lengua castellana y literatura).

De este modo, la propuesta ha planteado a los miembros de la muestra si veía con asiduidad algunas de las tres series que más recorrido han tenido en Euskal Telebista y que fueron de las primeras en ser emitidas por la cadena, tanto *Dragoi Bola* como *Doraemon, katu kosmikoa* y *Shin-Chan*.

La muestra del presente estudio corresponde a 52 sujetos, de entre los cuales, 26 son hombres y 26 mujeres a partes iguales. Un 0% nacidos en 1980, un 5,5% en 1981, el 33,3% en 1982, un 27,7% de 1983, otro 27,7% de 1984 y un 5,5% de 1985. Asimismo, las personas encuestadas cursaron sus estudios en centros concertados o públicos, indistintamente, pero, en cuanto a su línea curricular lingüística, el 72,2% lo hicieron mediante el modelo A, el 16,6% mediante el B y el 11,1% restante mediante el D, siendo así mayoría los que realizaron sus estudios en castellano frente a los que lo hicieron en euskera. No obstante, no hay que olvidar que la línea A era la más escogida por los estudiantes nacidos entre 1980 y 1985 frente a la de la actualidad, ya que esta tendencia se ha invertido. En el curso 2012-2013 el modelo de enseñanza A sólo fue escogido por el 15,8% de los alumnos en la CAV.

El 55,5% de los varones encuestados recibieron su educación en base al modelo A, mientras que en las mujeres fue el 88,8%, siendo estas últimas mayoría. Un dato que refleja nuevamente la gran cantidad de estudiantes que cursaron dicho modelo y que únicamente tenían la lengua y literatura vasca como asignatura. Y es que es aquí donde jugaron un factor muy importante las

⁸Ley Orgánica General del Sistema Educativo: ley educativa que sustituyó a la Ley General de Educación de 1970.

⁹Educación General Básica: Según la Ley General de Educación de 1970, la Educación General Básica consistía en 8 cursos de escolarización obligatoria divididos en dos etapas: primera etapa: 1º, 2º, 3º, 4º y 5º de EGB, y segunda etapa: 6º, 7º y 8º de EGB. La reforma curricular parcial de 1980-1982 dividió la primera etapa en dos ciclos diferenciados, pasando la EGB a dividirse en tres ciclos: ciclo inicial: 1º y 2º de EGB, ciclo medio: 3º, 4º y 5º de EGB y ciclo superior: 6º, 7º y 8º de EGB.

¹⁰Bachillerato Unificado y Polivalente: era la denominación oficial de la enseñanza secundaria en el estado regulada por la Ley General de Educación de 1970. Se dividía en tres cursos (1º, 2º y 3º), que más tarde serían sustituidos por 3º y 4º de la ESO y 1º de BACHILLERATO (Enseñanza Postobligatoria)

¹¹Educación Secundaria Obligatoria: es el sistema educativo español para enseñanza secundaria desde el curso 1994-95 y que tiene como objetivo preparar al alumnado de entre 12 y 16 años para sus próximos estudios y/o el mundo laboral. Sustituyó a los anteriores 7º y 8º de EGB por 1º y 2º de ESO, y 1º y 2º de BUP por 3º y 4º de ESO.

series *anime* emitidas por el primer canal de la televisión pública vasca, porque, precisamente, viendo los resultados obtenidos por los encuestados de habla castellana, vamos a conocer realmente la función que ejercieron dichas series en la “euskaldunización” de estos jóvenes, en caso de que estos las visionasen.

Los resultados reflejan que todos los alumnos pertenecientes al modelo B o D veían asiduamente alguna o las series mencionadas (*Dragoi Bola*, *Dorameon*, *Katu Kosmikoa* y *Shin-Chan*). Algo obvio, por una parte, pero la respuesta es equitativa tanto por parte de los hombres como por las mujeres. De estos, el 75% admite haber visto las tres series mencionadas, y el 25% restante, la única producción *anime* que no veían era *Shin-Chan*. Ahora bien, con respecto a los alumnos procedentes del modelo A, parece que únicamente veían una de las series. De los alumnos escrutados, el 92,3% admite haber visto habitualmente *Dragoi Bola*. Aunque lo más sorprendente de todo es que de ese porcentaje, el 46,1% admite que lo veía sin entender el idioma.

De todos los encuestados que se educaron en base al modelo A, que son el 72,2%, el 38,4% son varones, frente al 61,5% formado por las mujeres. A este respecto, el 87,5% de las mujeres admite haber visto únicamente *Dragoi Bola* a pesar de no entenderlo totalmente o parcialmente, y el 80% de los hombres admite haberlo hecho en las mismas circunstancias.

Por otro lado, parece ser que las diferentes leyes educativas bajo las que se vieron sujetos no parecen tener ninguna influencia. Entendiéndose que, generacionalmente, a pesar de ser unos de 1981, otros de 1983 o 1984, por poner un ejemplo, y haber cursado algunos B.U.P., y E.G.B., otros una mezcla entre E.G.B. y la E.S.O., y, finalmente, algunos íntegramente la E.S.O., los cambios únicamente se perciben en base al modelo lingüístico, ya que todos los pertenecientes al modelo A, independientemente del año en el que naciesen, se acercaban al menos a visionar *Dragoi Bola*.

Conclusiones

De entre todos los datos obtenidos, se confirma que las tres series fueron un apoyo audiovisual de entretenimiento para afianzar los conocimientos de la lengua vasca entre los jóvenes que cursaban los modelos B y D. Todo ello independientemente del gusto que le profesasen a cada uno de los programas televisivos. Por lo tanto, no se hace más que confirmar el acierto de la programación seleccionada para la primera cadena de la televisión pública vasca y su público infantil.

Ahora bien, mientras la audiencia *euskaldunberri* (no necesariamente con el euskera como lengua materna) visionaba todos los productos *anime* emitidos por la cadena, con los jóvenes pertenecientes al modelo A, que cursaron sus estudios con la lengua castellana como lengua vehicular, se da un hecho bastante diferente: ninguno de los jóvenes espectadores disfrutaba de las series *anime* emitidas en euskera a excepción de *Dragoi bola*.

En cierto sentido, se confirma el gran impacto que ejerció el fenómeno *Dragon Ball* en los jóvenes vascos durante la década. Una influencia que fue capaz de atraer a muchos al disfrute y consumo de una serie emitida en lengua vasca. A este respecto, hay que decir que la experiencia varía según los sujetos, ya que, a pesar de obtener todos la formación lingüística necesaria para el disfrute del *anime* gracias a la docencia recibida por medio de la asignatura de lengua vasca y literatura, el nivel y las competencias adquiridas por cada uno variaban sobremanera. Es decir, el dominio y destreza de la lengua por parte de cada uno de ellos cambiaba, de manera que la experiencia o el ciclo de comunicación entre el mensaje y el receptor percibía resultados completamente diferentes.

Algunos alumnos del modelo A eran capaces de entender y disfrutar plenamente de la experiencia frente a la emisión de *Dragoi Bola* y formar parte así del grupo que seguía el fenómeno internacional de la serie, que, recordemos, sólo se podía acceder en Euskadi por medio del primer canal de ETB. Un hecho que denota la necesidad por parte de los jóvenes que no dominaban la lengua vasca de formar parte de ese fenómeno y no ser excluidos, sumándose así al

grupo de espectadores que en todo el mundo constituían los fans y seguidores de la serie. Lo cual quiere decir que una multitud de alumnos, tal y como hemos comprobado a la hora de enunciar los resultados recogidos, se aventuraron a visionar una serie habitualmente en un idioma que no dominaban. Por lo tanto, el fenómeno *Dragoi bola*, en diferentes grados, ayudó a aproximar a los jóvenes vascos a la lengua vasca, con lo que los espectadores recogerían y aprenderían, según su interés, más vocabulario, gramática o comprensión en dicho idioma. De modo que no se puede decir que todo el *anime* doblado fuese vaso conductor entre los castellanohablantes y la lengua vasca, pero sí el caso concreto de *Dragoi bola*. No obstante, *Shin-Chan* comenzó a emitirse cuando los miembros del objeto de estudio ya se encontraban en la frontera entre su adolescencia y la edad adulta. Sorprendentemente, muchos sujetos perteneciente al modelo B y D visionaban *Dragoi Bola*, e incluso lo siguen haciendo hoy en día. De ahí que se haya convertido en la más influyente, no por la duración de su emisión, sino porque fue la primera que llegó a los jóvenes de dicha generación y la comenzaron a ver a la edad en la que eran más sugestionables y mayor capacidad de aprendizaje poseían.

REFERENCIAS

- Barambones, Josu. 2009. “La traducción audiovisual en ETB-1: Estudio descriptivo de la programación infantil y juvenil”. Tesis Doctoral, Departamento de Filología Inglesa y Alemana, Universidad del País Vasco.
- Carrillo, Alberto. 2010. “La identidad nacional y el cine”. *A parte rei* 70: 1–8
- Castelán, Claudia. 2011. “Cosplay: encarnación de narrativas de anime y manga”. *IIas Jornadas Investigar con Jóvenes, ¿Qué sabemos de los jóvenes como productores de cultura visual?* Pamplona, España: [sn]
- Gutiérrez Márquez, Juan.Miguel. 1997. “Tiempo vasco en el cine”. *Rev. int. estud. Vascos* 42 (2): 379–401
- Labrador, Julia María. 2006. “Cine e identidades virtuales”. *Arbor, ciencia, pensamiento y cultura* 722: 883–92
- Mittell, Jason. 2004. *Genre and Television: From Cop Shows to Cartoons in American Culture*. Nueva York, Estados Unidos: Rutledge.

SOBRE EL AUTOR

Marcos García-Ergüín: Profesor Asociado, Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad, Universidad de Burgos, Burgos, España

La *Revista Internacional de la Imagen* cuestiona la naturaleza de la imagen y los procesos de producción de imágenes. Desde una perspectiva transdisciplinar, reúne investigadores, teóricos, profesionales y maestros de diversas áreas de estudio como arquitectura, arte, ciencias cognitivas, comunicaciones, ciencias de la informática, estudios culturales, diseño, educación, estudios de cine, historia, lingüística, gestión, mercado, estudios de medios, museografía, filosofía, fotografía, psicología, estudios de religión y semiótica, entre otros.

La revista publica artículos de tipo académico tradicional, pero también aquellos que presentan prácticas profesionales con ejemplos concretos de trabajo con la imagen y que analizan los objetivos, los procesos y los efectos del proceso de creación de imágenes.

La *Revista Internacional de la Imagen* es una publicación académica arbitrada bajo la revisión por pares.