



# Nuevo año fiscal, sumo y Asakusa. El manga y el anime

El tradicional saludo de inicio de año fiscal en mi oficina, con presentación de los nuevos miembros incluida.

2002

15

ABRIL

Atacamos de nuevo una entrega más de *Apuntes de Japón*, en la que podremos aprender un poco sobre cómo y cuándo empiezan a trabajar los japoneses y los movimientos que el día 1 de abril se producen en todo el país. También aprenderemos sobre el deporte del sumo y sobre lo que el cómic y la animación significan en el país nipón. ¿Vamos allá pues?

## Nuevo año fiscal

El día 1 de abril es el día en el que empieza el nuevo año fiscal en Japón. Hay muchas cosas que empiezan ese día, entre lo que destaca sin duda el inicio de un nuevo curso escolar. Los cursos escolares en Japón empiezan siempre el 1 de abril y terminan a finales de enero del año siguiente. Siempre quedan unos dos meses de vacaciones entre los exámenes de fin de curso de finales de enero o principios de febrero y el inicio del nuevo

curso, vacaciones que los universitarios aprovechan para trabajar y ganarse un dinerito que les irá luego muy bien para costearse los gastos durante los meses de estudio, o bien para viajar al extranjero aprovechando que es temporada baja y todo está más barato.

El 1 de abril también es el día en el que entran a trabajar de golpe los nuevos empleados a las empresas. La forma tradicional de buscar trabajo en Japón es bastante peculiar, porque los jóvenes van buscando trabajo mientras cursan el último año de carrera. En ese año se dedican a enviar currículums, presentarse a exámenes y sufrir entrevistas, en lo que se conoce con el nombre de *shushoku katsudo* (actividades para buscar trabajo). Los que tienen más suerte lo en-

cuentran sobre el mes de septiembre; hasta diciembre, se van decidiendo los puestos. Si pasas de diciembre y todavía no te ha llegado ninguna oferta de trabajo, entonces es muy posible que tu búsqueda haya fracasado y tengas que conformarte haciendo trabajos temporales durante un año hasta que el proceso de búsqueda de trabajo vuelva a empezar.

Aunque te llamen de una empresa en septiembre y te digan que te van a contratar, nunca vas a comenzar a trabajar inmediatamente: deberás esperar hasta el 1 de abril para empezar. Eso significa que muchos jóvenes pueden descansar tranquilos durante unos meses y aprovechar las vacaciones de febrero y marzo para viajar a lo bestia, pues saben muy bien que, una vez estén trabajando, les será imposible hacerlo.

### Shushin koyo y nenko joretsu

El concepto tradicional del trabajo en Japón es de lo más curioso y está basado en dos conceptos que, juntos, pueden ser una de las causas de que el país no consiga salir de

la crisis económica en la que está sumido desde hace unos diez años. Dichos conceptos son el *shushin koyo* (empleo de por vida) y el *nenko joretsu* (ascenso según la edad). Hasta hace relativamente pocos años, las empresas solían contratar a sus empleados para toda la vida y pocos japoneses cambiaban de trabajo porque, si lo hacían, les tildaban de “traidores”.

La empresa japonesa era como una gran familia y la lealtad ciega y la dedicación exclusiva a ella estaba a la orden del día. Pero es que nadie se planteaba cambiar de profesión, porque la empresa les daba trabajo y estabilidad hasta el fin de sus días y les daba además la posibilidad de ir ascendiendo en el escalafón interno de modo automático (el concepto del *nenko joretsu*). Según el *nenko joretsu*, cualquier pardillo podía mejorar a medida que acumulaba antigüedad en la empresa: al hacerse uno mayor, aumentaban el sueldo y el estatus, aunque no lo hicieran ni la capacidad ni la productividad ni el esfuerzo. Otra curiosidad de la empresa japonesa es que solían contratar a jóvenes sin especia-

El río Sumida a su paso por Tokio. A la izquierda del río, el barrio de Ryogoku, y a la derecha, Asakusa.



lización alguna e invertir enormes sumas de dinero y de tiempo en formarles desde cero... Es decir, compraban “tablas rasas” prometedoras y las moldeaban a su gusto y a su manera... Pero claro, esto implicaba que no empezarían a ser productivos en una buena temporada...

Evidentemente, estos conceptos son bastante contraproducentes porque los trabajadores se “apalancan” en sus puestos, perdiendo toda ambición y ganas de trabajar. Saben que su esfuerzo no les reportará ni un ascenso, ni una mejora en ningún sentido y saben también que, solo con tiempo y paciencia, el sueldo irá subiendo automáticamente. Las empresas actuales se están dando cuenta de esto y están cambiando rápidamente sus bases, implantando estructuras de trabajo más occidentales y premiando los resultados para ascender a los empleados en el escalafón, sea cual sea su antigüedad (aunque la burocracia y el funcionariado siguen con el sistema antiguo). Asimismo, cada vez más se contratan a especialistas de los distintos campos para que no sea necesario formarles y puedan empezar a ser productivos de forma inmediata.

El cambio de trabajo sigue siendo algo bastante raro pero ya no se considera tan “malo” como antes. Si hay algo que puede sacar a Japón de la crisis es sin duda esta revolución en los métodos y la organización del sistema laboral, aunque por supuesto hay muchísimo camino por recorrer todavía. No se puede cambiar una estructura imperante durante los últimos 130 años (desde la restauración Meiji de 1868) en dos días...

### Cambios estructurales

El día 1 de abril, como decíamos, empieza el curso escolar y el año fiscal, los nuevos trabajadores entran a las empresas y también se producen los distintos *ido* (movimientos), o cambios estructurales de personal. El

ideal japonés es buscar un poco al “hombre renacentista” (nótense las irónicas comillas), porque pretenden que los trabajadores vayan saltando con los años a diferentes secciones de la misma empresa como si fueran saltamontes. Da igual que no sepas nada de publicidad, seguramente te van a mandar a la sección de publicidad y vas a perder un montón de tiempo aprendiendo y adaptándote a ella... Para al cabo de tres años, cuando domines casi del todo el campo de la publicidad, mandarte a la sección de ventas... Y vuelta a empezar desde cero otra vez. Así pues, los *ido* del día 1 de abril son como un movimiento constante de cambios de mesas, saludos de bienvenida y de despedida, cambios de asientos, de jefes, de todo... Una locura, vamos...

En mi caso, apenas hubo movimiento en la oficina, porque por supuesto va a desaparecer por completo cuando termine el mundial (no en vano se llama Oficina de Promoción de la Copa Mundial) y sería muy contraproducente hacer cambios sustanciales a menos de dos meses del inicio del torneo... Así que “solo” tuvimos cinco o seis nuevas incorporaciones y algún que otro cambio de mesas, acompañados por los pequeños discursillos y saludos de rigor, algo bastante *light* comparado con otras secciones del mismo Ayuntamiento de Yokohama.

### Sumo

El viernes, aprovechando que tenía el día libre, me fui muuuuuuy temprano hacia Tokio para asistir a un entrenamiento de sumo en la Azumaseki-beya, uno de los 28 gimnasios de sumo que existen en Tokio y en todo Japón.

El sumo, como sabrás, es el deporte nacional de Japón y unos de los tópicos del país. Todo el mundo ha visto alguna vez la típica estampa de dos grandísimas masas de carne “vestidas” (es un decir) con un simple taparrabos





En el texto digo que no vi a Akebono, pero revisando las fotos a posteriori... Yo juraría que este que estaba sentado en una esquina es el gran campeón, ¿no?

y chocando una contra la otra e intentando echarse mutuamente de una especie de ring circular (el llamado *dohyo*).

La historia del sumo se remonta a tiempos ancestrales en la historia japonesa; lo cierto es que se desconocen sus inicios pero se viene practicando como mínimo desde hace unos 1.500 años (que se sepa). Las reglas del sumo, este deporte lleno de tradicionalismos y de oscuras raíces, son de lo más sencillas: dos luchadores (llamados *sumotori*, *rikishi* o familiarmente *o-sumo-san*) deben luchar usando la fuerza bruta para echar al contrincante fuera del *dohyo* o para echarle al suelo, momento en el que el combate termina. Los combates suelen durar solo unos segundos, de hecho lo que más dura es el ritual anterior al combate, herencia del pasado místico-religioso de este deporte: los luchadores hacen ciertos movimientos, beben agua sagrada, echan sal al *dohyo*, se estudian con miradas amenazadoras... ¡Y empieza el combate!

No existen rangos de peso en el sumo, solo hay una única categoría... Y como el peso corporal cuenta casi tanto como la fuerza bruta, todos los *sumotori* se esfuerzan en engordar al máximo y en entrenar como posesos. El truco para engordar es comer mucho de un cocido altamente calórico que se llama *chanko-nabe* y hacer numerosas siestas, entre otras artimañas. Los *sumotori* se entrenan en las llamadas *heya* (gimnasios), de las que hay 28 en Tokio, donde

se someten a un sistema casi feudal. Los jóvenes y los de menor rango deben servir a los de mayor rango y encargarse de todas las tareas sucias, como barrer, cocinar, lavar la ropa...

### Un auténtico entrenamiento

Pues bien, el viernes me dirigí a una de estas *heya* para presenciar en directo un entrenamiento de sumo. Fui a la llamada Azumaseki-beya, donde entrena el gran campeón Akebono. Iba con pocas esperanzas de verle, la verdad, y efectivamente no le vi, pero pude presenciar un entrenamiento que resultó de lo más interesante. Akebono, de origen hawaiano y de nombre auténtico Chad Rowan, fue el primer extranjero de la historia que consiguió el rango de *yokozuna* o gran campeón, el honor más grande al que puede aspirar un *sumotori*, en 1993.

Yo llegué sobre las 8 de la mañana a la *heya* y estuve una hora observando el entrenamiento (empezaban a las 7 y terminaban a las 9). Era impresionante observar los combates y forcejos de dos enormes masas de músculo y grasa... El sonido al inicio de los combates, cuando los dos luchadores chocaban en su primer contacto después de una corta carrerilla, era impresionante... Lo increíble era ver la agilidad y la flexibilidad de esos tipos (ni qué decir de su fuerza descomunal) a pesar de su enorme tamaño.

Para mí resultó realmente impresionante observar cómo torturaban (no encuentro otra palabra para definir lo que le estaban haciendo) a uno de los luchadores: le tuvieron combatiendo una y otra vez durante casi 45 minutos... Y el pobre estaba hecho polvo, destrozado, no podía con su alma... A pesar de estar que no se tenía en pie, le estuvieron machacando durante más de media hora obligándole a luchar y a forcejear: le tiraban al suelo, le pateaban y golpeaban y le obligaban a que se levantara de nuevo... Algo increíble. Y el pobre chaval iba asintiendo a todo y obedecía ciegamente sin chistar a

pesar de estar resoplando como un fuelle y claramente agotado... Algo que dice mucho de la mentalidad japonesa y del concepto del *gaman* (aguante) férreo de los japoneses: por muy duro que sea algo, no se quejan y resisten hasta el final.

### Edificio Asahi y templo Sensoji

Después de presenciar el entrenamiento, aproveché que estaba en la zona de Ryogoku-Asakusa para ir al precioso templo Sensoji, sin duda el templo budista más bonito (¡y turístico!) de Tokio. Sin embargo, antes de llegar al Sensoji, me detuve ante el edificio de la cerveza Asahi para fotografiar la “llama” de color dorado que hay encima de él como decoración. Por supuesto, no hay nadie que llame a esa “llama” como “la llama”, sino que usan una palabra bastante más escatológica... Porque, seamos sinceros, eso se parece más a una caca dorada que a una llama (ups, he acabado por decirlo ^\_^). Aproveché para subir a lo alto de la torre de al lado a ver si conseguía una

buena vista de la ciudad... Estaba a punto de abandonar (porque no encontré ninguna ventana con una buena vista) cuando fui al baño respondiendo a una “llamada de la naturaleza” y me encontré allí con una ventana con una preciosa vista desde la que se podía ver el río Sumida justo debajo y el arquitectónicamente curioso museo Tokyo-Edo y el pabellón de torneos de sumo Kokugikan a lo lejos. ¡Fantástico!

Después de la cervecera visita, me dirigí al entrañable templo Sensoji, empezando por supuesto por la famosa puerta de entrada Kaminari-mon, con la enorme lámpara roja con los caracteres “kaminari-mon” (puerta del trueno) que ilustra tantísimos libros y guías sobre Japón. Después de tomar algunas fotos y de pasear por la calle repleta de tiendas de recuerdos, me dirigí al templo en sí. Por cierto, si quieres comprar algún recuerdo tonto de Japón, cualquier cosa, desde camisetas con frases “graciosas” (a remarcar las comillas), kimono de pacotilla, espadas de samurái, llaveros, y todo tipo de cosas, ve



El enorme farol kaminari-mon, uno de los símbolos de Tokio (iz.). El edificio Asahi “caca” y el templo Sensoji (der.)

directamente a esta calle, porque es el sitio donde más cacharrería enfocada a turistas he visto en todo Japón. La calle adjunta y el templo en sí estaban ya repletos de gente, sobre todo, por supuesto, turistas... La mayoría hablaban en chino, por lo que seguramente fueran de Taiwán (existe una especie de fascinación en Taiwán por Japón). Saqué un papelito-amuleto *o-mikuji* (¡me tocó el *daikichi*, o sea “gran suerte”!) y pasé un rato muy agradable dando vueltas por ahí... Como era la tercera vez que visitaba el templo en cuestión (la primera este año), me lo pude tomar con calma y parsimonia, observando detallitos que se me habían pasado por alto en las anteriores ocasiones.

El mayor atractivo de la zona es sin duda su ambiente tradicional y su sencillez, algo muy raro de encontrar en la modernísima y complicada metrópolis de Tokio. Esta zona era tradicionalmente el lugar de residencia de las clases populares de la capital, por lo que las casas, tiendas y calles de la zona tienen un aire sencillo, con algunos templitos budistas salpicando el mapa, en un estilo vagamente parecido al de Kioto.

### Kappabashi

A continuación, y como todavía era muy temprano y no me apetecía desaprovechar el buen tiempo y la agradable temperatura por un lado, y la oportunidad de estar ya en esa zona por el otro, me dirigí andando hacia la calle de Kappabashi, situada un poco lejos... Fue un bonito paseo por uno de los barrios más entrañables de Tokio: la zona

de Asakusa, un tradicional barrio de las clases populares, corazón del llamado Shitamachi (barrio popular de Tokio).

La calle Kappabashi es muy parecida a la que visité cuando fui hace poco a Osaka, la calle Doguya-suji, pero mucho más grande y con muchísimas más tiendas. En Kappabashi venden todo lo necesario para montar un restaurante o bar, desde muebles a trastos de cocina, pasando por carteles publicitarios y farolillos.

A destacar la venta de muestras de platos hechas de plástico. Prácticamente todos los restaurantes en Japón cuentan con un escaparate a la vista de los transeúntes en los que se pueden ver muestras de los platos que se pueden tomar en el establecimiento. Así, puedes elegir lo que quieras “por la pinta que tiene” más que por “su nombre”. Es decir, que en vez de poner por escrito “tenemos espaguetis” te ponen un plato de espaguetis en el escaparate como diciendo “tenemos espaguetis, son ASÍ y cuestan tantos yenes”.

Esto es muy útil para los extranjeros que, aún sin saber japonés y sin nociones de cocina japonesa, pueden elegir fácilmente el plato que les parezca a simple vista más sabroso. Pues bien, dichas muestras están hechas de plástico y son increíblemente realistas. (De hecho, confesaré que la primera vez que vi una de estas hace tres años pensé que habían preparado de verdad los respectivos platos y los habían puesto en el escaparate ^\_^).

En Kappabashi había algunas tiendas que se encargaban de vender y fabricar dichas muestras... ¡Y no son nada



En esta tienda de Kappabashi, como se puede ver, vendían farolillos y todo tipo de reclamos para restaurantes.

### RECOMENDACIÓN *Gantz*

Como no podía ser menos, después de hacer una pequeña explicación acerca del manga y el anime, vamos a recomendar precisamente un tebeo que está arrasando con fuerza en el mercado actual del cómic japonés. Estamos hablando de *Gantz*, del reconocido autor Hiroya Oku. Sin duda, Oku es más conocido en el mundo del manga por ser el creador de la saga *Hen (Raro)*, un manga en dos partes de temática curiosa y que narra la historia de una relación lésbica.

Sin embargo, *Gantz* se desmarca claramente del género que Oku exploró con *Hen*, ya que se trata de un típico manga de ciencia-ficción para adoles-

centes... Normalmente, la imagen asociada al manga es la de tebeos con grandes dosis de violencia y sexo. La verdad es que no todo es así, ni mucho menos, porque hay comics japoneses de temáticas muy variadas que no se centran ni en la violencia ni en el sexo. Pues bien, podemos decir que *Gantz* SÍ ES un manga lleno de violencia y de sexo, y se podría poner como un ejemplo perfecto de la idea que la gente tiende a tener sobre el manga en general.

La historia de *Gantz* narra cómo dos chicos mueren arrollados por un tren... Pero en realidad no mueren, sino que son transportados a una habitación donde hay una extraña bola negra de nombre *Gantz* que “juega” con ellos y con otras personas en la misma situación. El “juego” consiste en darles armamento y trajes especiales a los participantes y lanzarlos a la caza de una extrañísima variedad de personajes, a cual más raro. Según el papel que realice cada uno de ellos en cada misión, se le otorgan unos puntos, y al obtener una determinada cantidad de puntos, en teoría podrá volver a resucitar a su anterior vida... Si no muere entretanto, por supuesto... La violencia del manga viene, evidentemente, de las persecuciones y cazas, con escenas bastante sangrientas. El sexo viene en que Oku se recrea en un voluptuoso personaje femenino de pechos imposibles, protagonista de *pin-ups* gratuitos en sugerentes portadillas del interior de los tomos...

El dibujo es realmente bueno, trabajado con ordenador y utilizando técnicas 3D, tal como el mismo autor nos cuenta en el primer tomo. De momento, *Gantz* cuenta con cinco volúmenes en Japón y sigue adelante... No es descabellado pensar que pronto podamos disfrutar de esta obra más allá de las fronteras niponas... Sin duda, es una buena opción para captar el interés del público adolescente amante de la acción y de los “fan service”, que es el nombre que se le da en Japón a los dibujos picantes que aparecen en una obra sin razón aparente, solo para contentar al lector joven y masculino.



baratas! Un plato de espaguetis falso estaba marcado a 6.000 y pico yenes, y claro, no se trataba de un pedido hecho a medida, sino de algo fabricado en cadena. Por lo que seguro que si quieres que te hagan uno de esos a medida, adecuado a las necesidades de la carta de tu restaurante, la cosa puede llegar a subir bastante más, así que el presupuesto con el que cuentas tiene que ser cuantioso...

El siguiente tramo de mi paseo me llevó hasta el parque de Ueno, en el que ya había estado la semana anterior... Esta vez no llovía, por lo que me lo pude tomar con calma, aunque dejé para otro momento mi planeada visita a fondo. Después, me dirigí al mercadillo de Ameyoko (ya todo un clásico de *Apuntes de Japón*) y me metí por una callejuela para comerme un bol de fideos ramen y unas

**CULTURA Hachiko**

El primer fin de semana de la quincena transcurrió muy tranquilamente, entre trabajillo pendiente, ver alguna peli y quedar con un par de amigos en Shibuya el domingo para tomar algo y charlar... Aproveché para echar alguna foto de la muchedumbre en Shibuya y de la estatua del perro Hachiko, situada frente a la estación de tren y todo un símbolo del barrio. Todo el mundo, cuando establece una cita en Shibuya, queda inevitablemente “ante Hachiko”, por lo que los alrededores del perrito de marras están siempre llenos de gente esperando a que llegue la persona con la que han establecido la cita. Más de la mitad de la gente está hablando por teléfono móvil, y la razón es muy sencilla: los japoneses suelen ser MUY puntuales y a la mínima que ven que van a retrasarse, aunque sean cinco minutos de nada, llaman a la persona que les está esperando para avisar. En el caso inverso, la gente que está esperando empieza a llamar frenéticamente por el móvil a la persona a la que esperan si ven que han pasado cinco minutos de la hora y esta no ha llegado... La verdad, la estatua de Hachiko parece más un “call center” que un punto de encuentro.

Ya que hablamos de Hachiko, comentaremos muy por encima qué es esta estatua y por qué está ahí. Pues veréis: en los años veinte había cierto profesor que vivía cerca de Shibuya y siempre iba a trabajar en tren. Ese profesor tenía un perro llamado Hachiko que iba sin falta todos los días a la estación a esperar a su amo, en un alarde de fidelidad y dedicación absoluta. Cuando su amo murió, en 1925, Hachiko siguió yendo tooodos los días a la misma hora a la estación para esperar a su amo, que nunca aparecía, lógicamente, hasta que él mismo murió en 1936. Esta historia de fidelidad de un perro hacia su amo hizo que le dedicaran una estatua y la colocaran ante la estación, como si aún hoy siguiera esperando a su amo, y que incluso hicieran una película, llamada *Hachiko Monogatari* (*La historia de Hachiko*, 1987), en su honor. ¡Pobre Hachiko, sin embargo, si supiera que su estatua está ahora todo el santo día rodeada de jóvenes estrafalarios colgados al teléfono!



empanadillas chinas gyoza al aire libre, en un restaurante cutre, cutre, cutre pero de lo más entrañable... Me sentí como si fuera el teniente Deckard al principio de *Blade Runner*... Fue genial... Un tiempo fabuloso, un entorno cutre, gritos de los vendedores, el ruido del tren pasando justo encima de nuestras cabezas... Fue un punto y final estupendo a mi pequeña excursión por los barrios populares de Tokio.

**El manga y el anime**

Muy a menudo he estado hablando como si tal cosa del manga y el anime en estos *Apuntes de Japón*, y es posible que haya muchos lectores que no conozcan la dimensión que adquieren estos conceptos tanto en Japón como en el extranjero. Resumiéndolo mucho, el llamado “manga”

es el cómic hecho en Japón, y el “anime” son los dibujos animados. Esto es lo básico y lo que es necesario saber en un principio, aunque se puede profundizar mucho en las definiciones de ambos conceptos.

En Japón, la industria del cómic es enorme. No tiene nada que ver con la industria europea del tebeo, ni siquiera con la estadounidense. Japón tiene un mercado enorme de tebeos que supera de largo al mercado del cómic de cualquier otro país. Y lo más curioso es que el tebeo importado es prácticamente inexistente: el 99,9% de los comics que se pueden adquirir en Japón han sido dibujados e inventados por los mismos japoneses. Japón es como una enorme máquina de consumir tebeos: los japoneses los realizan y los japoneses los consumen. No son más que un bien de consumo, ya que gran parte de lo

editado acaba en la basura; solo una parte se reedita para ser coleccionado.

Hay una gran variedad de revistas exclusivamente de comics, enfocadas a todo tipo de público, desde los niños a los jugadores de pachinko (especie de pinball japonés), pasando por ejecutivos y por mujeres de mediana edad. Estas revistas, de unas 400 páginas, salen una vez a la semana, cada dos semanas o una vez al mes, según el caso. Son muy gruesas, baratas y de papel de pésima calidad, con una gran variedad de historias que suelen ser editadas por capítulos de unas veinte páginas por cada número de la revista.

Cuando una de estas historias recibe la respuesta positiva del público y empieza a tener éxito, se recopila en pequeños tomos de tamaño bolsillo de unas 200 páginas. Existen comics de un solo tomo y los hay incluso kilométricos, como *KochiKame* (cuyo nombre completo es también kilométrico: *Kochira Katsushika-ku Kameari Koen-mae Hashutsujo* -*He aquí la comisaría de policía de*



enfrente del parque de Kameari, en el distrito de Katsushika-), del que este mes se ha editado el tomo 129 ¡y sigue publicándose!

El cómic es popularísimo en Japón, y se podría afirmar casi con total seguridad que no existe ni uno solo de los 126 millones de japoneses que no haya leído en su vida un tomo de manga. La industria del tebeo mueve muchísimo dinero: de hecho, la revista de comics semanal *Shonen Jump*, llegó a vender en su época dorada más de 6,5 millones de ejemplares a la semana! Si contamos que revistas del calibre de *Time* o *Newsweek* no llegan a los 4 millones... Y son de tirada mundial... Pongámoslo así: un mínimo de una persona cada diez (puede ser mucho más) compra una revista de manga a la semana.

Como hemos dicho antes, existen numerosas variedades de cómic en Japón. Quizás las más conocidas internacionalmente sean el *shonen* (manga para chicos jóvenes) y el *shojo* (manga para chicas jóvenes), aunque existen muchísimas más variedades dirigidas a todo tipo de públi-



Japón, el paraíso de los cómics. Arriba vemos tiendas normales y corrientes de manga, i a la izquierda una ilustración de Naoki Urasawa, uno de mis autores favoritos.

co de lo más variado: cómic para lectores adultos, para niños, pornográfico, y cientos de variaciones.

El manga está en los últimos años saliendo de su caparazón y ha dejado de ser un producto exclusivamente para el mercado japonés y ha empezado una andadura internacional que parece arrolladora. De hecho, amenaza seriamente con comerse todos los demás tipos de cómic que existen. El manga atrae sobremanera a los jóvenes por el trazo limpio y pulcro, la variedad de las historias, la dimensión humana de los personajes...

Una mezcla increíblemente atractiva para los jóvenes occidentales, muchos de ellos ya cansados del “tradicional” cómic de superhéroes. En algunos países asiáticos como Taiwán, Hong Kong, Tailandia y Corea, el manga japonés tiene un amplísimo mercado, y también es así en países más cercanos como Italia y Francia. Asimismo, se está abriendo paso arrolladoramente en los Estados Unidos, España o Argentina, y el avance es ya imparable. Cada vez más, los amantes del cómic desvían su mirada hacia Japón para encontrar algo “distinto”, algo atractivo... Porque siempre habrá algún manga que te llame la atención, tengas la edad y los gustos que tengas.

Respecto al anime, los dibujos animados, empezaron siendo una industria subsidiaria del manga, ya que la mayoría de los dibujos animados se crearon en un principio como versiones para televisión de cómics famosos supervenías. Últimamente, sin embargo, se crean animes totalmente desde cero y también existe incluso la corriente inversa, que es crear mangas basados en animes.

Incluso los videojuegos han entrado en el circuito, y abundan los animes y mangas basados en videojuegos o los videojuegos basados en animes o mangas, etc... El anime japonés es rico en cantidad y en calidad. Hay mucha serie basura, por supuesto, pero la producción es tan enorme que entre toda la morralla siempre hay auténticas joyas de calidad que salen de Japón e invaden las parrillas televisivas de las cadenas de medio mundo. Si quieres saber más sobre la figura que hizo al manga y también al anime el fenómeno increíble que es actualmente, solo tienes que releer el octavo capítulo de este libro, porque fue el señor Osamu Tezuka el responsable de todo el fregado. Sin él, ahora Japón sería un país como cualquier otro en el plano de la industria del cómic. ¡Tezuka creó un monstruo!

A la derecha, dos fotos más de la quincena. Modelos de plástico de comida (en este caso de tempura y sushi) a la venta en Kappabashi (arriba). Otro detalle del bonito templo Sensoji, siempre tan lleno de turistas y visitantes.

