



Una conquista inversa: la importancia del anime en el mercado del manga español

A reverse conquest: the importance of anime manga market in Spanish

Laura Montero Plata

Universidad Autónoma de Madrid

Recibido: 26-01-2012

Aceptado: 28-6-2012

Resumen.

Abordar el estudio de la llegada a España de las series de animación procedentes de Japón desde una perspectiva distinta a la de la nostalgia puede convertirse en una tarea ardua. Si, además, intentamos poner en conexión la evolución de la difusión televisiva con el asentamiento y crecimiento de la industria del *manga* en nuestro país, la iniciativa queda dificultada por la ausencia absoluta de estadísticas y datos de ventas por parte de las diferentes editoriales. A esto hemos de añadir que, a pesar de la gran cantidad de información ofrecida en las redes digitales, la veracidad de la misma es en muchos casos dudosa: la mayoría de los

Abstract.

Approach the study of the arrival in Spain of the animated series from Japan from a different perspective of nostalgia can be a daunting task. If you also try to bring online the evolution of television broadcasting with the settlement and growth of the manga industry in our country, the initiative is hampered by the complete absence of statistics and sales data from different publishers. To this we must add that despite the large amount of information offered in digital networks, the truth of it is dubious in many cases: Most of the articles and reflections have been built from individual memory and does not exist today a manual, guide, article or



PUERTAS *a la* LECTURA

artículos y reflexiones se han construido desde la memoria individual y no existe a día de hoy un manual, guía, artículo o monografía que se haya dedicado de forma exhaustiva al estudio e impacto del *anime* y de sus productos satélite en la península.

Evidentemente, existen algunas herramientas con las que se puede construir un recorrido histórico del fenómeno como las hemerotecas de los periódicos de tirada nacional o los artículos que han acompañado a las ediciones españolas de cómics japoneses en la década de los noventa. Sin embargo, la información en algunos de estos casos estaba sesgada o simplemente omitida por desconocimiento, y el rastreo de la difusión de los *anime* se torna laborioso cuando el título concreto era ofrecido en un contenedor infantil como *Un globo, dos globos, tres globos* de Televisión Española, *La merienda* de Antena 3 o *Super Guay* de Tele 5, ya que en ocasiones las parrillas de los diarios no desglosaban la programación allí ofrecida.

Siendo conscientes de estas restricciones, trataremos aquí de ofrecer al lector una panorámica del impacto del *anime* en televisión a finales de la

monograph has been devoted extensively to study and impact of anime and its satellite products on the peninsula.

Obviously, there are some tools with which to build a historical phenomenon as the newspaper archives of the national newspapers or items that have accompanied the Spanish editions of Japanese comics in the nineties. However, information on some of these cases was biased or simply omitted by ignorance, and tracking the spread of anime becomes laborious when the particular title was featured in a child container as a globe, two balloons, three balloons Spanish TV, Antena 3's snack or Super Cool Tele 5, and that sometimes grates disaggregating daily programming not offered there. Being aware of these restrictions, we will here give the reader an overview of the impact of anime on television in the late eighties, at the same time offer a reflection on the beginning of the manga publishers at our borders and on the close relationship linking the consumption of both formats, curiously in a reverse of the Japanese custom.



PUERTAS *a la* LECTURA

década de los ochenta, a la par que ofrecemos una reflexión sobre los inicios editoriales del *manga* en nuestras fronteras y sobre la estrecha relación que vincula el consumo de ambos formatos -curiosamente de una manera inversa a la costumbre japonesa.

Palabras clave: Manga; anime; televisión.

Keywords: Manga; anime; TV.



1. Primeros pasos del *anime*

Aunque tradicionalmente siempre se ha dicho que las primeras series de animación niponas que llegaron a Televisión Española fueron *Heidi* y *Marco*, lo cierto es que el primer *anime* emitido por la cadena pública dentro de su programación infantil –hasta nuestro conocimiento– fue *Kimba, el leoncito* (una de las series míticas del maestro Osamu Tezuka, que años más tarde inspiraría *El rey león* de Disney) y que hoy conocemos por el nombre de *Kimba, el león blanco*. Estrenados el domingo 28 de septiembre de 1969, estos dibujos fueron los primeros de una larga lista que iría nutriendo el imaginario infantil de la época.

La segunda serie de la que tenemos constancia fue *Meteoro*, que se presentó en la programación del canal público el 15 de abril de 1971 como *Meteoro, el coche gigantesco*. A esta le seguirían las archiconocidas *Heidi* en 1975 –dentro de *Un globo, dos globos, tres globos*– y, dos años más tarde, *Marco, de los Apeninos a los Andes*¹, las cuales fueron vistas en la década de los ochenta y de los noventa gracias a las reposiciones de las que fueron objeto. Evidentemente, el

público infantil disfrutó de otros títulos como *El perro de Flandes* o *El bosque de Tallac* (popularmente conocida como *Jacky y Nuca*), aunque su paso por la pequeña pantalla no tendría el impacto de las anteriores.

El número de dibujos nipones iba creciendo, aunque el *boom* del *anime* y la consiguiente polémica se iniciarían con *Mazinger, el robot de las estrellas*, cuyo primer capítulo se emitió en Televisión Española el 4 de marzo de 1978. La serie mostraba, por primera vez en España, un *anime mecha* –género protagonizado por robots gigantes– y un contenido radicalmente opuesto al de las propuestas anteriores. En primer lugar por el alto contenido violento y en segundo por el marcado machismo narrativo, que dio origen en el inconsciente colectivo nacional al acuñamiento la supuesta frase de Sayaka de “¡Pechos fuera!” que en realidad nunca apareció en el doblaje. El progresivo éxito de *Mazinger Z*, de la que llegó a estrenarse un film en salas comerciales, se unió a la preocupación de los adultos por su narrativa. Los periódicos empezaron a hacer eco de esta consternación y empezaron a aflorar una serie de análisis donde se denunciaban la aparición de malas

¹ Las series fueron estrenadas el 2 de mayo de 1975 y el 8 de enero de 1977, respectivamente.



PUERTAS a la LECTURA

conductas como en “Análisis de un mito televisivo: «Mazinger Z», un robot que influye en sus hijos”.



Mazinger Z

Finalmente, sólo se emitió una treintena de los noventa y dos capítulos que conformaban el título, aunque desconocemos las razones concretas. Lo que sí quedó claro con la serie fue el creciente interés de los niños por este tipo de propuestas animadas, dando lugar a la edición de una serie de historietas protagonizadas por el robot gigante y realizadas íntegramente en nuestro país (hemos de recordar que la edición del *manga* original de Go Nagai no sería editado hasta el año 2003, en un intento de las editoriales españolas por atraer a un público nostálgico).

Con la llegada de los años ochenta se mantuvo una filosofía de programación continuista con otro hito de la animación japonesa: *La batalla de los*

planetas. Recordada por muchos como *Comando G* gracias a la canción interpretada por el grupo Parchís, la versión ofrecida por La 1 de TVE no fue la original japonesa, sino una revisión norteamericana a cargo de la empresa Sandy Frank en la que se había realizado un nuevo montaje y se habían eliminado determinados capítulos. Debido al éxito de *Mazinger Z*, la acogida de la prensa fue más bien cautelosa y dejaba traslucir una cierta preocupación por el contenido del programa, reflejado en las siguientes reflexiones publicadas en *La Vanguardia*:

La defensa de nuestro planeta se encomienda a los valerosos miembros de la «Fuerza G». A pesar de estas premisas poco tranquilizadoras, los productores de la serie insisten en que se han limitado al máximo las secuencias de violencia y no se hace hincapié en las mismas. Esperemos que ello sea cierto aunque en todo caso ochenta y cinco episodios nos parecen muchos episodios...

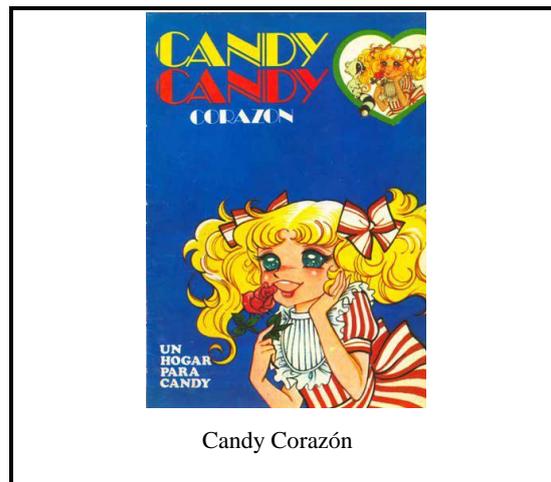
El contenido seguía siendo censurado por distintas asociaciones a pesar de las nuevas políticas de difusión como la empleada en *La batalla de los planetas*, por lo que ante la alarma popular por las



producciones del País del Sol Naciente, entre otras cuestiones, RTVE presentó en 1981 un escrito en el que exponía los principios básicos que debían regir la programación de sus dos canales. En el apartado de la programación infantil, se manifestó el deseo de alejarse de narrativas violentas como *Mazinger Z* o de historias donde se fomentara la sensiblería y la “dependencia infantil” como *Heidi* o *Marco*.

No obstante, esta proclamada voluntad de invertir en producción propia les duró más bien poco y tres años más tarde incorporaron a su parrilla *Candy, Candy*, un *shōjo*² clásico de Kyoko Mizuki y Yumiko Igarashi, con una fuerte carga melodramática, que consiguió un elevado índice de popularidad. La serie, que había llegado a nuestras pantallas con un considerable retraso -si tenemos en cuenta que en Japón se estrenó en 1976 y en Francia en 1979-, adquiere un mayor relevancia si tenemos en cuenta que, por primera vez en la historia de nuestro país se publicó, el *manga* antes de difundirse la versión en dibujos animados. Es cierto que la edición ofrecida por Bruguera se basaba en la versión coloreada

distribuida en Italia y que la diferencia temporal fue mínima - el *manga* apareció en mayo de 1984 y el *anime* el 28 de octubre-, pero con *Candy, Candy* empezó a vislumbrarse el impacto que la cultura popular japonesa estaba alcanzando en nuestro mercado.



Candy Corazón

2. Segunda fase: la irrupción de las televisiones autonómicas.

El otro hecho determinante para el asentamiento del *anime* estuvo vinculado a la concesión de diferentes licencias de emisión para varias comunidades autónomas, que comenzó a cambiar de forma considerable el consumo de la televisión en España. Por una parte, la oferta de programación se expandió y permitió al espectador elegir qué quería ver y, por otra, obligó a las empresas a buscar nuevos contenidos con precios ajustados.

² Género destinado a niñas y adolescentes donde se privilegian las temáticas amorosas.



PUERTAS a la LECTURA

En este sentido, el *anime* era un producto doblemente satisfactorio. Por un lado, el público infantil ya había expresado su predilección por este tipo de dibujos animados, mientras que, por otro, resultaba sumamente barato para las empresas audiovisuales. Algunos de los aspectos que más se han recriminado al *anime* –falta de expresividad, inexistencia de fondos, repetición de secuencias, ausencia de movimiento– han sido, sin embargo, los que propiciaron su expansión internacional ya que permitían a las productoras japonesas vender los derechos por una cifra más reducida que la de sus competidores occidentales. Por consiguiente, no es sorprendente que se produjera una proliferación masiva.

A finales de los ochenta, estas cadenas empezaron ofertar animación nipona con títulos que han pasado a la historia como *Dr. Slump* (para aquellos afortunados que sintonizaban TV3 y posteriormente Canal 9, ETB o TVG) o *Chopy y la princesa*, que en origen fue ofrecida por La 2 de Televisión Española y que a partir de 1989 comenzó su andadura por los canales autonómicos. Sin embargo, la serie que revolucionaría la forma de consumir *manga* y *anime* en España fue sin lugar

a duda *Bola de Dragón*, una serie producida por Toei Animation que se estrenó el 8 de febrero de 1990 en TVG como *As bolas máxicas*, en ETB como *Dragoi Bola* el 21 de ese mismo mes y en TV3 como *Bola de Drac* el 17 de febrero de 1990.

Concebido como un espacio infantil más –sin ningún tipo de publicidad especial o distinción–, los propios programadores se sorprendieron con la asombrosa atención que despertó entre los niños, con especial incidencia en Cataluña. Pronto proliferaron los fanzines y se formó un club de fans de Akira Toriyama, autor del *manga* original. Los aficionados descubrieron que había todo un mundo alrededor de *Dragon Ball* y a medida que las muestras de admiración aumentaban lo hacía también la picaresca de los más avezados.

De entre todas las anécdotas surgidas en plena expansión del fenómeno hubo dos especialmente curiosas. La primera de ellas estuvo relacionada con la compra-venta de fotocopias de ilustraciones de la serie. Ya fueran dibujos retocados, imágenes sacadas del *manga* en japonés o ilustraciones, los jóvenes empezaron a fotocopiarlas y a distribuir las. La fiebre era tal que algunas copisterías hacían



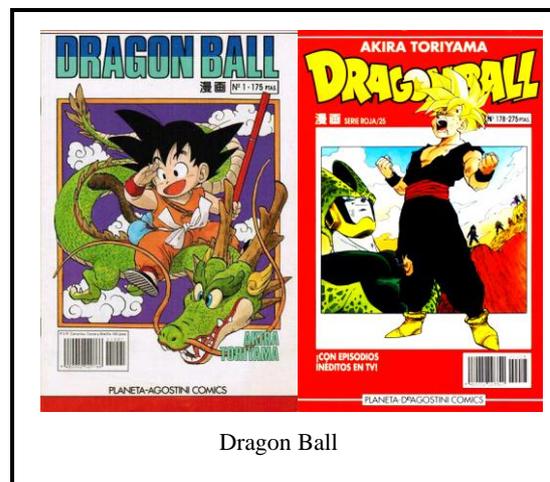
PUERTAS *a la* LECTURA

algún ejemplar extra del material que les llegaba y luego lo vendían a módicos precios, comenzando un lucrativo e improvisado negocio. De la segunda se hizo eco el diario *La Vanguardia*, en su sección de sociedad, con el título “Requisan a tres menores cromos de «Bola de Drac»” y en la que se subraya la fiebre creada por el espacio televisivo:

El grupo fiscal de la Guardia Civil requisó ayer diverso material gráfico de la serie de dibujos animados "Bola de Drac" que estaba en poder de tres menores al considerar que se había hecho entrar ilegalmente en el país, informó ayer el Gobierno Civil. La Guardia Civil, que ha interpuesto una denuncia por presunta infracción administrativa de contrabando, aprehendió 295 cómics, once libretas, 564 postales, 221 pósters y un expositor con los personajes de la serie, emitida por televisión y que ha provocado una verdadera lucha entre los niños y jóvenes para conseguir sus cromos, que no se editan en España.

Este trasiego de materiales venía justificado por la ausencia de una edición española del *manga*. El *merchandising* de *Dragon Ball* estaba demostrando ser altamente lucrativo y

los jóvenes demandaban con insistencia la importación de materiales. Una idea clara del afán coleccionista que provocó la obra de Toriyama la encontramos – además de en el artículo de prensa que acabamos de reproducir- en los datos de ventas de los cromos comercializados por Panini. Con una tirada inicial de cinco millones de sobres y cien mil álbumes, los materiales se agotaron en tan sólo un mes y la compañía de origen italiano multiplicó la oferta lanzando al mercado catorce millones de sobres, es decir, setenta millones de cromos distribuidos en España.



Dragon Ball

La aparición de estos kits de coleccionismo no satisfacía las exigencias de los consumidores y las editoriales empezaron a darse cuenta – en gran medida por las insistentes llamadas y cartas de los fans- de que la edición del *manga* de Toriyama podría



PUERTAS *a la* LECTURA

ser un negocio redondo. El problema principal era la negociación con Shueisha (la empresa nipona que ostentaba los derechos) que no terminaba de dar luz verde al proyecto. Tras casi un año de negociaciones, el director editorial de Planeta DeAgostini, Antonio Martín, logró los permisos necesarios para ofrecer una versión en español de las aventuras de Goku. Sin embargo, la compañía decidió rizar el rizo y haciendo alarde de un gran olfato editorial firmaron con Shueisha un acuerdo que les permitía crear una estrategia de mercado inaudita dentro y fuera de Japón: publicar simultáneamente el comienzo y la mitad del arco narrativo de la serie. Esto supuso que la serie blanca de *Dragon Ball* (que comenzó su edición en abril de 1992) narraría el comienzo de las andaduras del niño mono, mientras que la serie roja (aparecida en noviembre de ese año) retomaba la saga desde el final de los episodios emitidos en las televisiones autonómicas (coincidiendo con el arco narrativo de *Bola de Dragón Z* que iba a programarse en breve en las pantallas españolas).

En este sentido el caso de *Bola de Dragón* es único y de vital importancia en nuestro país, lo que no implica que

fuese el único fenómeno televisivo de la época, aunque sí el más extendido. A él se sumaron la exhibición en Tele 5 de *Campeones* en marzo de 1990, de *Los caballeros del zodiaco* dentro de la programación del espacio infantil *Super Guay* de la misma cadena un año más tarde, o de las propuestas de su rival Antena 3 con *La merienda*, donde pudieron verse primero *Chicho Terremoto* o *Juliette, je t'aime* (1991) y después *Ranma 1/2* (1993).

La buena acogida de estos *anime* sumado a las excelentes ventas de *Bola de Dragón* provocaron una fiebre editorial entre 1993 y 1995 que trajo a nuestros kioscos y tiendas especializadas títulos como *Doraemon*, *Los caballeros del zodiaco*, *Ranma 1/2*, *Bateadores*, *Kimagure Orange Road*, *Sailor Moon*, etc. Sin embargo, no todos tuvieron la misma o similar fortuna que la obra de Akira Toriyama.

Por desgracia, al no existir en nuestro país un aparato de publicación de estadísticas de venta de *manga*, es imposible analizar el fenómeno desde la perspectiva del estudio de mercado. Editores como Joan Navarro o Antonio Martín han narrado en diversas ocasiones sus experiencias e iniciativas, pero en poco o casi nada nos ayuda a



PUERTAS *a la* LECTURA

hacernos una idea de cómo se asentó y se ha desarrollado la industria del cómic japonés en España.

Con todo, hay una serie de hechos que sí son constatables y que sucedieron en la época. El primero de ellos fue que la decisión de Norma Editorial de publicar el *manga* respetando el formato original japonés (la lectura se hace de derecha a izquierda a derecha y el principio del tomo es inverso al occidental), iniciativa que potenció las ventas de la compañía y a la que se sumarían más adelante el resto de empresas de edición. El segundo apunta a que en nuestro país – al igual que en Japón- las series *shōnen* son las que gozan de un éxito más extendido; y el tercero es que los grandes éxitos de *anime* y del *manga* suelen ser también los que van acompañados de polémica y censura.

Si ya habíamos visto con *Mazinger Z* cómo se formó un revuelo por los contenidos violentos y sexistas que allí se exponían, el caso de *Dragón Ball* llegó a alcanzar protagonismo en el Congreso de los Diputados. Durante su emisión en TV3, ETB o TVG no se escucharon demasiadas voces disidentes, pero cuando la serie empezó a emitirse en febrero de 1992 en Telemadrid y Canal Sur se inició un

pulso mediático sin precedentes. Asociaciones de padres e instituciones empezaron a demandar la retirada de la serie, pero las cadenas se resistían a perder su programa infantil de mayor audiencia:

Telemadrid seguirá, por el momento, emitiendo la serie de dibujos animados «La bola de dragón», acusada de «apología de la violencia» y de vulnerar el código ético de protección a la infancia firmado hace unos meses entre las cadenas de televisión y el Ministerio de Educación por la consejera de Integración Social del gobierno de la Comunidad, Elena Vázquez. [...]

El consejo de administración del Instituto Madrileño de Atención a la Infancia, que preside Elena Vázquez, considera que «La bola del dragón» es un espacio «que hace apología de la violencia, donde la fuerza y la intransigencia se presentan como valores a seguir». «Estos mensajes - aseguró Elena Vázquez- atentan a la dignidad de la persona». [...]

La polémica serie está siendo programada también por otras televisiones autonómicas, como Canal Sur, donde ha levantado una polémica semejante. Tanto Telemadrid como Canal Sur han hecho oídos sordos a las



PUERTAS *a la* LECTURA

instituciones que han solicitado formalmente la retirada de la serie en beneficio de la infancia.

La presión pudo con Telemadrid y Canal Sur, pero el resto de cadenas decidieron mantener el *anime* en su programación. Para aplacar los ánimos, las televisiones autonómicas restantes empezaron, a partir de mayo de 1994, a advertir de sus contenidos antes de la emisión. Esta estrategia no impidió que siguieran lloviendo las críticas y TV3 decidió sacar *Bola de Drac* de su espacio infantil *Club Súper 3* para eludir la Llei d'Atenció i Protecció de la Infància i l'Adolescència -aprobada por la Consejería de Bienestar Social de la Generalitat y por el Parlamento catalán-, que impedía la emisión de espacios violentos, pornográficos o discriminatorios en horario infantil.

Con *Bola de Dragón* se inició un debate moral y ético sobre los contenidos que debían programarse en espacios infantiles. A pesar de que, en la década de los noventa, el ejemplo más sonado fue el de la serie de Akira Toriyama, hubo otros *anime* que también saltaron a la palestra aunque con un impacto menor en los medios. Fue el caso de *Ranma 1/2* por su contenido erótico y violento, de *Chicho Terremoto* por el

sexismo implícito en el humor socarrón de la trama o de *Los caballeros del zodiaco*. De hecho, de esta última se pueden encontrar dos publicaciones donde se analizan y denuncian los efectos nocivos de la serie desde un estudio psicológico. Curiosamente, este *anime* no llamó tanto la atención como *Bola de Dragón* a pesar de que la virulencia de las batallas, la crudeza de la muerte de algún protagonista o la aparición de la sangre a raudales era muy superior a la de su predecesora en los canales autonómicos.

La polémica sobre la programación de *anime* violento en televisión fue *in crescendo* a lo largo de esta década hasta que Antena 3 decidió comenzar a aplicar censura en las series que emitía. Así, a partir de 1998, títulos como *Bola de Dragón* o *Chicho Terremoto* vieron cómo su duración menguaba o alguno de sus capítulos era eliminado. Esto implicó que un capítulo de veinte minutos podía ver reducida drásticamente su duración hasta trece minutos, con lo cual poco podía entender el espectador de la trama propuesta



3. Nuevos rumbos: nuevas generaciones

Llegados a este punto, las televisiones occidentales pasaron a una normalización de la censura en las series de animación japonesas, en algunos casos comprensible y, en otros, sencillamente ridícula. En el primer grupo se ubican los reajustes hechos en el famoso capítulo treinta y ocho de *Pokémon*, cuyos juegos de luces, colores y montaje provocaron ataques epilépticos a setecientos niños japoneses. En la categoría de lo risible entran los “retoques” de *Naruto* o *One Piece* en las que se eliminan hemorragias nasales, pistolas, cruces, cigarrillos, patadas en la entrepierna, etc. Las opciones propuestas normalmente por los censores se limitan al borrado pero hay otras ocasiones en las que una pistola se convierte en un arma de juguete que dispara agua o los cigarrillos con sustituidos por chupachups. En este sentido, en youtube se pueden encontrar multitud de comparativas hilarantes confeccionadas por los fans.

En cualquier caso, el público infantil y adolescente de los ochenta, de los noventa y del siglo XXI que ha consumido y consume este tipo de

narrativas, ve exagerado el debate y la reprobación a este tipo de productos. Lo que es evidente es que este tipo de series *shōnen* en las que predominan las batallas y la violencia son las más privilegiadas por los consumidores, tanto en su formato televisivo como en su versión en papel; excepciones como los *magical girls Sakura, cazadora de cartas, Sailor Moon* o el *josei*³ *Nana*, se pueden contar con los dedos de una mano.

Tal y como hemos apuntado al principio, una de las peculiaridades del consumo de *manga* en España –y en cierta medida en Europa- está marcado por el éxito y difusión de sus homólogas series de animación. Por consiguiente, si en Japón las series se desarrollan primero en revistas especializadas en *manga*, después aparecen publicadas en tomos recopilatorios y, por último y si la acogida es notable, cuentan con una adaptación animada, en España la situación es inversa; esto implica que normalmente los *manga* que mejor venden son aquellos que cuyos relatos se han emitido en televisión mientras

³ Género dirigido a jóvenes adultas. A pesar de que la temática es eminentemente amorosa, el tipo de historia privilegia un cierto realismo incorporando tramas como la inserción en el mercado laboral, los problemas de pareja, la vida sexual, etc.



que títulos más originales o de mayor impacto en su país de origen pueden pasar desapercibidos.

Asimismo hemos señalado que no hay un baremo oficial que permita hacerse una idea de qué títulos de *manga* y en qué cantidades se venden en nuestro país. Sin embargo, en determinados sitios web se ofrece una panorámica aproximativa del sector, ya sea desde una perspectiva profesional –con datos en mano- como el blog de Joan Navarro o por un esfuerzo personal por establecer unos parámetros que permitan ofrecer una crónica semanal o quincenal de los diez *manga* más vendidos en nuestras fronteras, como es el caso de Ramen para dos. A través de esta dos fuentes lo que queda patente es que la triunfadora de ventas indiscutible de los últimos años es *Naruto*, seguida por otras series como *Bleach*, *One Piece*, *Saint Seiya* –que se distribuyó originalmente como *Los caballeros del zodiaco-*, *Full Metal Alchemist* o *Soul Eater*, todas ellas comercializadas en nuestro país en su versión animada.

Es evidente que el mercado se va abriendo a nuevos consumidores y que existen series dirigidas a un público prioritariamente femenino que alcanza jugosas ventas como *El caballero*

Vampiro o la famosa *Nana*. Sin embargo, el consumo de *anime* y *manga* en nuestro país está muy condicionado por las preferencias televisuales de los niños y de los jóvenes. Editores como Joan Navarro lo apuntan al afirmar que la ausencia de series televisivas de éxito provoca que no se generen nuevos éxitos editoriales. Bien es cierto que la debacle financiera actual ha contribuido a mermar las ventas, pero tampoco hemos de olvidar que el *anime* lleva sufriendo una grave crisis creativa en los últimos cinco años. Las series *shōnen* asentadas en el mercado siguen consumiéndose –con o sin relleno⁴-, y pocas son las ocasiones en las que se presentan nuevas propuestas atractivas: una de las pocas salvedades es *Bakuman*. Sólo el tiempo dirá si la crisis de ideas en la animación japonesa es un bache pasajero o si la industria popular del País del Sol naciente precisa de una renovación más profunda, antes de volver a inundar las pantallas de medio mundo con sus propuestas audiovisuales.

⁴ Muchas adaptaciones a *anime* se realizan cuando el *manga* todavía no ha finalizado. Una de las estrategias más frecuentes para dejar al autor progresar en la narración es introducir un arco narrativo inventado que no tiene nada que ver con lo que está ocurriendo en la edición impresa.



Referencias Bibliográficas

- Akira (1992). *Dragón Ball* nº 154 (nº 1 serie roja) Madrid: Planeta DeAgostini.
- Baget, J.M. (1980). La guía del espectador inquieto. *La Vanguardia*, 11 de enero, pp. 2.
- Colubi, P. (2009). *¡Pechos fuera!* Madrid: Espasa.
- Efe (1992). Requisan tres menores cromos de «Bola de Drac». *La Vanguardia*, 19 de marzo, pp. 30.
- Fernández, B. (1978). Análisis de un mito televisivo: «Mazinger Z», un robot que influye en sus hijos. *ABC*, 8 de julio, pp. 25-26.
- Moliné, A. ¡Puños fuera!: la invasión de los robots. En T. Akira (1992). *Dragón Ball* nº 8 (serie blanca) Madrid: Planeta DeAgostini.
- Moliné, A. Más sobre Dragon Ball: El nacimiento de un mito. En T. Akira (1992). *Dragón Ball* nº 5 (serie blanca) Madrid: Planeta DeAgostini.
- Pellitteri, M. (2010). *The Dragon and the Dazzle: Models, strategies and Identities of Japanese Imagination*. Latina: Tunué Editori dell'immaginario.
- Piñol, C. Fanzines de Bola de Drac. En T. Akira (1992). *Dragon Ball* nº 2 (serie blanca). Madrid: Planeta DeAgostini.
- S.T. (1993). Telemadrid mantiene los dibujos animados que vulneran el código ético. *ABC*, 9 de septiembre, p. 106.
- S.T. (1999). Llega a España la polémica serie de animación «Pokémon». *ABC*, 20 de diciembre, p. 99.
- Sánchez, L. (2005). *Violencia, discurso y público infantil*. Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha y Gregorio Cano Vela, Ángel y Pérez Valverde, Cristina, (Coords.). (2003). *Canon, literatura infantil, juvenil y otras literaturas*. Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.
- VV AA. (2007). *Violencia desenfocada III*. Sevilla: Corchea 69 Producciones.