



Isekai (異世界): el confinamiento autoimpuesto en Japón y Latinoamérica¹

Víctor Cerdán-Martínez²; Graciela Padilla-Castillo³; Daniel Villa-Gracia⁴

Recibido: 6 de mayo de 2020 / Aceptado: 6 de junio de 2020

Resumen. El confinamiento obligatorio por el SARS-CoV-2 tiene un precedente social y narrativo en el *anime* japonés. El *isekai* es un género con entidad propia en la ficción japonesa. Sus protagonistas, los *otaku*, aficionados al *manga*, *anime*, novelas y videojuegos, mueren o desaparecen de la realidad para cumplir otra misión, expiar su culpa o salvar al mundo en otro tiempo o realidad paralela. Series *isekai* como *Sword Art Online*, *The Rising of the Shield Hero* o *That Time I Got Reincarnated as a Slime* figuran entre las 20 más vistas de Crunchyroll, la mayor plataforma mundial dedicada a series asiáticas. En esta web, Uruguay, Colombia y República Dominicana figuran entre los seis primeros países del mundo con más usuarios. Este artículo reflexiona sobre el posible traslado del *isekai* de Japón a Latinoamérica. A los protagonistas, y a los seguidores que practican la auto-reclusión, se les conoce en Japón como *hikikomori*. Este calificativo se extiende al resto del mundo con otros nombres, como *NEET* o *NiNi*. Gracias a las narrativas *crossmedia* y multipantalla aparece una nueva caverna digital de videojuegos, aparatos electrónicos y redes sociales. El usuario de la ficción *isekai* se refugia, como los protagonistas, de la sociedad y los problemas cotidianos.

Palabras clave: Confinamiento; cine japonés; *anime*; *isekai*; *hikikomori*.

[en] *Isekai* (異世界): self-imposed confinement in Japan and Latin America

Abstract. The SARS-CoV-2 quarantine has a sort of social and narrative precedent. The *isekai* is a genre with its own entity in Japanese fiction. Its protagonists, the *otaku*, fans of *manga*, *anime*, novels and videogames die or disappear from reality to fulfill another mission, atone for their sins or save the world in another time or parallel reality. *Isekai* TV series such as *Sword Art Online*, *The Rising of the Shield Hero* or *That Time I Got Reincarnated as a Slime* are among the 20 most viewed on Crunchyroll, the world's largest platform dedicated to Asian series. On this website, Uruguay, Colombia and the Dominican Republic are among the top six countries in the world with the most users. This article

¹ Este artículo forma parte del Proyecto I+D Programa de excelencia, Subprograma estatal de generación de conocimiento. Ministerio de Economía, Industria y Competitividad titulado *Prodsusage cultural en las redes sociales: industria, consumo popular y alfabetización audiovisual de la juventud española con perspectiva de género*. Referencia: FEM2017-83302-C3-3-P. Duración: 01/07/2018-01/01/2022. Este artículo también ha sido promovido por la Fundación Japón (國際交流基金) a través del «Program for Specialist in Cultural and Academic Fields» (18CA6).

² Universidad Complutense de Madrid (España)
E-mail: vicerdan@ucm.es
<https://orcid.org/0000-0002-0069-5063>

³ Universidad Complutense de Madrid (España)
E-mail: gracielp@ucm.es
<https://orcid.org/0000-0003-1393-4817>

⁴ Universidad Complutense de Madrid (España)
E-mail: daniel.villa@ucm.es
<https://orcid.org/0000-0003-1618-0459>

reflects on the possible transfer of the *isekai* from Japan to Latin America. The protagonists, and some of their followers who practice self-seclusion, are known in Japan as *hikikomori*, and it is extended to the rest of the world with the labels NEET or NiNi. Thanks to cross-media and multi-screen narratives, a new digital cavern appears, made up of video games, electronic devices and social networks. The user of *isekai* fiction takes refuge, like the protagonists, from society and everyday problems.

Keywords: Confinement; Japanese cinema; *anime*; *isekai*; *hikikomori*.

Sumario: 1. El *isekai*: un género con entidad propia. 2. La simbiosis de los fenómenos *otaku*, *hikikomori* y *NEET* en Japón y Latinoamérica. 3. La caverna virtual como posible refugio y deseos en la oscuridad. 4. Conclusiones y discusión. Referencias.

Cómo citar: Cerdán-Martínez, V.; Padilla-Castillo, G.; Villa-Gracia, D. (2021) *Isekai* (異世界): el confinamiento autoimpuesto en Japón y Latinoamérica. *Arte, Individuo y Sociedad* 33(2), 571-588.

1. Introducción

A finales de 2019, un nuevo tipo de coronavirus denominado SARS-CoV-2 causó una enfermedad febril y respiratoria grave en la China continental. La transmisión del virus entre la población pasó de una única zona a todo el país en 30 días (Byass, 2020; Wu et al., 2020). Dos meses después, tras su rápida expansión, la enfermedad que produce empezó a ser nombrada por la comunidad científica como COVID-19 (acrónimo de *Coronavirus Disease* 19). Durante los primeros meses de 2020, decenas de países sufrieron numerosos brotes al no haberse desarrollado ningún tipo de vacuna o medicamento efectivo (Li et al., 2020). Los dos principales factores que contribuyeron a su expansión fueron la elevada movilidad internacional de la población y la alta densidad de población en áreas urbanas (Arita et al., 2003; Freedman, 2020; Gronvall, 2020).

Las estrategias preventivas ante este tipo de situación, además de las higiénicas, incluyen medidas de distanciamiento social como el aislamiento, la cuarentena y confinamiento comunitario (Wilder-Smith et al., 2020; Wright, 2020). A pesar del impacto social y económico de este tipo de medidas, las autoridades optaron por ellas en decenas de países. Millones de personas se enfrentan a un confinamiento impuesto y obligatorio. Sin embargo, un fenómeno comúnmente relacionado con la sociedad japonesa muestra cómo algunos individuos eligen, desde mucho antes de la pandemia de 2020, un confinamiento autoimpuesto. Viven sin salir de casa, consumiendo series y películas de animación japonesa. Este fenómeno, en los últimos años, ha llegado también a ciudadanos de Latinoamérica. El nuevo comportamiento social está íntimamente relacionado con la evolución de la industria del *anime* en los últimos años.

En 2009, se creó *The Association of Japanese Animators* como una institución que informara anualmente de la situación económica del *anime*. El descenso de los ingresos totales relacionados con la animación japonesa, durante ese año, causó la impresión de que la industria estaba en crisis. La creciente popularidad de las producciones animadas norteamericanas, la disminución de la cuota de pantalla televisiva, la caída en ventas de copias en formato físico o cómo afrontar el cambio global de un estilo bidimensional a otro tridimensional preocupaban a productores

y directores japoneses (Villa-Gracia, 2015). A partir de 2010, las cifras aumentaron de nuevo y 2018 marcó un año récord en ingresos totales de la industria del *anime*.

En estos años, la distribución ha cambiado de manera notable. Si en 2009 la principal fuente de ingresos era el *merchandising*; en 2018, las ventas internacionales crecieron casi un 30% con respecto al año anterior (Association of Japanese Animators, 2019). A pesar de la polémica sobre los bajos salarios de los animadores japoneses y la fuerte dependencia de estudios de animación extranjeros, coreanos en su mayoría, cada serie y largometraje *anime* se enfrenta a numerosas dificultades para costear su producción. El coste medio de una temporada de trece capítulos es de unos 1,8 millones de euros. Los ingresos de taquilla de los largometrajes o los contratos con las cadenas de televisión en las series son insuficientes para financiar las obras. Hasta hace unos diez años, las ventas por *merchandising* eran la principal vía de amortización, seguidas por las ventas internacionales, la distribución en vídeo o DVD o discos musicales. En la última década, han cobrado importancia otros métodos, como la venta de derechos a los *panchiko* –salas de juego japonesas– y similares, eventos en vivo y distribución por internet.

El modo de consumo de los japoneses también ha cambiado (Montaño, 2017; Ju, 2019; Mihara, 2020). Hace diez años, las salas de cine, la televisión y el vídeo eran las principales y, prácticamente únicas, ventanas de exhibición. A partir de la popularización de los *smartphones* y las *tablets*, los videojuegos, el *manga* y el *anime* pueden consumirse en cualquier lugar (Elkins, 2019). La distribución por internet y las plataformas online toman una presencia cada vez mayor (Bernárdez y Padilla, 2018). Netflix, por ejemplo, ha producido o adquirido los derechos de distribución de casi 40 series de animación japonesas. Esto ha provocado una proliferación de *anime* en el mercado latinoamericano, que centra esta investigación.

El *anime* se está convirtiendo en un medio diversificado y *crossmedia*, donde la historia y sus personajes se reproducen de todas maneras posibles. Sólo hay que pasear por el centro de cualquier capital de prefectura japonesa para percibir la ubicuidad de los personajes de series actuales y clásicas (Tung, Lee y Hudson, 2017). Desde los *panchiko* a los *conbini* –pequeñas tiendas abiertas 24 horas–, los protagonistas de Gundam (Yoshiyuki Tomino, Sunrise: 1979-), *Dragon Ball* (Dragon Ball: Doragon bôru, Akira Toriyama, Fuji Television Network: 1986-1995), *Anpanman* (Soreike! Anpanman, Takashi Yanase: 1988-), *Detective Conan* (Meitantei Conan, Gosho Aoyama, Nippon Television Network: 1996-), *Pokémon* (Poketto monsutâ, Junichi Masuda, Ken Sugimori, Satoshi Tajiri, TV Tokyo: 1997-2019), *Gintama* (Hideaki Sorachi, TV Tokyo/Hiroshima Home TV/TV Aichi/ Crunchyroll: 2005-), *Doraemon, el gato cósmico* (Doraemon, Fujiko Fujio, TV Asahi: 2005-) o *Ataque a los titanes* (Shingeki no kyojin, Mainichi Broadcasting System: 2013-) aparecen en restaurantes, vagones de tren, máquinas expendedoras, sucursales bancarias, salas recreativas, eventos deportivos, exposiciones, supermercados o aeropuertos.

El fenómeno *crossmedia* crea una imbricación de las distintas vías de comercialización y consumo. Dentro de las decenas de géneros que editoriales, productoras y distribuidoras emplean para segmentar sus productos, el *isekai* presenta características muy particulares (Tung, Lee y Hudson, 2017). El término japonés puede traducirse como “universo paralelo”, “mundo diferente” u “otra dimensión”. El primer antecedente en la literatura japonesa aparece en el *Kojiki*,

una compilación de relatos orales que trata de construir una suerte de historia nipona a través de textos mitológicos, en el siglo VIII. Aunque existen varias versiones, básicamente, la historia de Urashima Tarō trata sobre un pescador que rescata a una tortuga. Como recompensa, ésta le lleva en su concha hasta el palacio submarino del Dragón, donde la tortuga se transforma en una princesa. Tras pasar tres días allí, decide regresar a su aldea para cuidar de su familia. Antes de partir, la princesa le da una caja, pero le prohíbe abrirla. Cuando llega a su pueblo, no encuentra a su familia y nadie le reconoce. Un anciano le dice que la familia Tarō desapareció hace 300 años. Intrigado, abre la caja y se transforma en un anciano, pues guardaba el tiempo pasado bajo el mar.

Existen numerosos ejemplos de este tipo de historias en la literatura occidental, como *El manuscrito encontrado en Zaragoza* (*Manuscrit trouvé à Saragosse*, Jan Potocki: 1804), *Alicia en el país de las maravillas* (*Alice's Adventures in Wonderland*, Lewis Carroll: 1865), *El maravilloso mago de Oz* (*The Wonderful Wizard of Oz*, Lyman Frank Baum: 1900), *Peter Pan* (*Peter and Wendy*, James Matthew Barrie: 1904) o *Las crónicas de Narnia* (*The Chronicles of Narnia*, C. S. Lewis: 1950). La editorial Kadokawa Shoten –cuyas divisiones abarcan cómics, videojuegos, películas y series de televisión– creó en 2017, una categoría exclusiva para este género en su concurso literario anual. La página web *Shōsetsuka ni Narō*, plataforma digital con mayor volumen de publicación de obras en Japón, que aloja numerosas obras *isekai*, ofrece una guía para construir una historia de este tipo.

En primer lugar, acotan los términos *mundo real* y *otro mundo*. El *mundo real* es «el mundo en el que vivimos, o uno basado en él» (*Shōsetsuka ni Narō*, 2016). El *otro mundo* es distinto y sin relación con el mundo real. No tiene conexión física con él ni medio de traslado. En segundo lugar, establecen cómo los protagonistas llegan hasta el *otro mundo*. La primera vía es el traslado: invocación, desplazamiento, amor. La segunda vía es la reencarnación: «el protagonista muere en el *mundo real* y renace como otra persona en el *otro mundo*» (*Shōsetsuka ni Narō*, 2016). Aconsejan que, en la obra, un elemento transforme o traslade al personaje desde el *mundo real* hasta el *otro mundo*, donde debe desarrollarse el grueso de la acción.

El primer gran éxito del género *isekai* fue *Sword Art Online* (Fig. 1), popularmente conocido como *SAO*. El escritor Reki Kawahara publicó la historia en forma de novela por entregas online, entre 2002 y 2008. En 2009, ASCII Media Works, filial de Kadokawa Shoten, la editó en novela ligera, un formato orientado al público juvenil que se caracteriza por una redacción sencilla, extensión corta y la presencia de ilustraciones de estilo *manga*. Su popularidad provocó que la saga literaria continúe en la actualidad. Las buenas ventas de las novelas impulsaron la producción de una serie animada en 2012. Tras su estreno en Japón, la plataforma online Crunchyroll permitió la difusión legal de la obra.



Figura 1. Fotograma de *Sword Art Online*.
(Propiedad de A-1 Pictures. Creado por Reki Kawahara).

Durante décadas, muchos de los aficionados del *anime* han accedido a las series japonesas a través del *fansub*. Dado que las series podían tardar varios años en ser emitidas en televisión o distribuidas en vídeo, asociaciones o grupos de aficionados descargaban los episodios y los subtitulaban al español. Surgió la polémica, entre los traductores profesionales, sobre la dudosa calidad de los subtítulos y la ilegalidad de la reproducción. Sin embargo, el *fansub* triunfaba porque permitía seguir los títulos de cerca y acrecentaba la venta de *merchandising* relacionado para medir el éxito de una serie con vistas a su publicación (Álvarez-Gandolfi, 2015).

El abaratamiento de las suscripciones de las plataformas online ha desplazado al *fansub* como vía de consumo de *anime* en los países hispanohablantes. Crunchyroll es una página web dedicada en exclusiva a la difusión de series asiáticas, principalmente *anime*, dramas y algunos títulos *manga*. Se fundó en 2006 como sitio donde los usuarios pudieran subir series *fansub*. Tras las quejas de los distribuidores asiáticos, se comprometió a retirar todo el material que no contara con autorización para su distribución. En abril de 2012, comenzó a operar en español y en América Latina y unos meses después, en España. En la actualidad, cuenta con más de 40 millones de usuarios que pueden acceder a 900 series *anime*, 200 dramas asiáticos y unos 50 títulos *manga* (Yáñez-Martínez, 2016). Además, realiza a diario *simulcast* de algunas series: la posibilidad de ver cada capítulo de forma simultánea a su estreno en Japón. Gracias al precedente del *fansub*, los aficionados lo aceptan de buen grado.

El país del mundo con más espectadores de Crunchyroll es Uruguay. En el quinto y sexto puesto se encuentran otros dos países de habla hispana: Colombia y República Dominicana. Y en los puestos octavo y noveno, El Salvador y Perú (Thomas, 2019). Las listas de popularidad anuales que ofrece esta empresa permiten observar el éxito de series *isekai* en Iberoamérica. *Sword Art Online* (Reki Kawahara, Aniplex/Tokyo MX: 2012-), *Overlord* (Kugane Maruyama, AT-X: 2015-), *Re:Zero - Empezar de cero en un mundo diferente* (Re:Zero kara hajimeru isekai seikatsu, Tappei Nagatsuki, TV Tokyo: 2016-), *In Another World With my Smartphone* (Isekai wa smartphone to tomo ni., Patora Fuyuhara, Tokyo MX: 2017), *Death March to the Parallel World Rhapsody* (Death March Kara Hajimaru Isekai Kyōsōkyoku, Hiro Ainana, AT-X/Tokyo MX: 2018), *That Time I Got Reincarnated as a Slime* (Tensei shitara Suraimu Datta Ken, Fuse, Tokyo MX: 2018-) o *The Rising of the Shield Hero*

(Tate no Yūsha no Nariagari, Aneko Yusagi, Glovision /Crunchyroll/AT-X: 2019) han aparecido en los primeros puestos por número de visualizaciones de España y América Latina. Según Crunchyroll, tres de estas series –*Sword Art Online*, *The Rising of the Shield Hero* y *That Time I Got Reincarnated as a Slime*– están entre las 20 más vistas de la plataforma.

2. La simbiosis de los fenómenos *otaku*, *hikikomori* y *NEET* en Japón y Latinoamérica

Los protagonistas de las series *isekai* suelen englobarse entre los denominados *otaku*. Este término surgió en la década de los 80 del siglo XX, coincidiendo con un notable crecimiento de la industria del *anime*, para referirse a los fanáticos del *manga*, *anime* y todo lo relacionado con dichas industrias culturales (Kam, 2013; Gushiken e Hirata, 2014; Álvarez-Gandolfi, 2015; Hack, 2016; McToy-Torres, 2019; Tung, Lee y Hudson, 2019). Ha perdido el carácter peyorativo con el que se empleaba en un principio, aunque en Japón aún permanece este matiz. En el resto del mundo ha pasado a definir a los aficionados a la cultura japonesa, aunque el eje siga siendo el *manga*, el *anime* y los videojuegos japoneses (Okuno, 2013; Yamamoto, 2020).

Los protagonistas de *Sword Art Online*, *The Rising of the Shield Hero*, *Overlord* o *Re:Zero* (Fig. 2) son presentados como consumidores de videojuegos, novelas ligeras o *manga*. Cuando se desenvuelven en el mundo real, se les perfila como jóvenes solitarios, incapaces para relacionarse con el sexo opuesto –los autores no los configuran como homosexuales–, ligeramente auto-recluidos y con un círculo social limitado a familia y entorno coligado a dichas aficiones. Parecen frustrados con la sociedad y sus obligaciones. Deciden refugiarse en los mundos que les ofrecen las industrias culturales, donde encuentran una vía de escape, aceptación o auto-realización (Gushiken e Hirata, 2014). El caso extremo de estos individuos son los *hikikomori* (Rosenthal y Zimmerman, 2012; Heinze y Thomas, 2014; Husu y Välimäki, 2017; Berman y Rizzo, 2018; Nonaka, Shimada y Sakai, 2018). El término fue creado en el año 2000 por el psiquiatra Tamaki Saito. Afecta especialmente a adolescentes y adultos jóvenes, con más prevalencia de varones que mujeres (Umeda et al., 2019; Zang, 2019).



Figura 2. Fotograma de *Re:Zero*.
(Propiedad de White Fox. Creado por Tappei Nagatsuki).

Entre sus causas, los especialistas indican la presión social y escolar de los adolescentes, la falta de habilidades sociales, el miedo al fracaso o el profundo sentido del orgullo. La presión escolar o el infierno de los exámenes, denominado *shiken jigoku*, es otra causa habitual de depresión entre los jóvenes, que puede llegar a convertirlos en *hikikomori*. Otros autores (Hernández, 1987; Hernández y Martín, 1998; Moreno, 2012; Ávila, Antúnez y Gutiérrez, 2013; Ranilla, 2014; Hernández y Hernández, 2019; Martínez y Albar, 2019) exploran la idea de educar a través de fundamentos artísticos para mitificar estas y otras presiones sociales. Aunque existen varios grados, el fenómeno ilustra la realidad de muchas personas que se auto-recluyen en sus hogares, e incluso habitaciones, hasta el punto de no salir de su domicilio o no relacionarse con sus familiares. Se limitan a ver televisión, utilizar internet, realizar tareas domésticas, leer o jugar a videojuegos. Si bien las asociaciones que ayudan a los *hikikomori* señalan que las redes sociales u ocio digital no causan el aislamiento, sí permiten que la situación se mantenga (Álvarez-Gandolfi, 2015).

La encuesta realizada a nivel nacional por la Oficina del Gabinete japonés sobre las condiciones de vida de las personas de 40 a 64 años estimó que 613.000 personas en ese rango de edad viven como *hikikomori* o auto-recluidos sociales. En la encuesta de 2015, detectaron oficialmente 541.000 *hikikomori* de entre 15 y 39 años de edad (Nippon.com, 2019). La falta de otros estudios y los métodos de las encuestas hacen pensar que esa cantidad real podría ser superior al millón de ciudadanos japoneses.

El fenómeno de los *otaku* se extiende por Europa e Iberoamérica con otros nombres: los *NEET* y los *NiNi*, que se refieren a circunstancias similares. Algunos especialistas hablan de epidemia (BBC, 2016). Los términos *NEET* en inglés (*Not in Employment, Education or Training*) o *NiNi* en español (*Ni estudia, Ni trabaja*) también están unidos al fenómeno *hikikomori*. *NEET* apareció por primera vez en Reino Unido (Social Exclusion Unit, 1999). En 2016, el informe *Society at a Glance*, de la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos) señalaba que 40 millones de personas eran *NEET*. Supone un 15% de la población joven de los 36 estados que integran la OCDE, por lo que los datos mundiales podrían ser mucho mayores. De ellos, más de dos tercios no buscan trabajo y las consecuencias tienen efectos en la salud, la fertilidad, el crimen y la cohesión social (OCDE, 2016). Relaciona el fenómeno con bajos índices de felicidad, desconfianza en los demás y desinterés político (OCDE, 2016). Entre los países miembros, la mayor incidencia se sitúa en Turquía, México, Colombia, Costa Rica e Italia (OCDE, 2016).

El Ministerio de Educación, Cultura, Deportes, Ciencia y Tecnología japonés emplea el término *NEET* desde 2004 y considera que uno de los motivos del problema es la “educación relajada”. El descanso escolar semanal ascendió de uno a dos días y los contenidos se redujeron en un 30%. Quería reducir la tensión de los estudiantes, pero bajó su nivel académico y su preparación vital y escolar acumulada ante la universidad y las pruebas previas (Rahman, 2007; Toivonen, 2011; Kōichi, 2012). Los *NEET* japoneses también reciben el nombre de *koritsu mugyō* o “personas solitarias y sin empleo” y como los *hikikomori*, están muy cerca de los personajes *otaku* de la ficción *isekai*.

El fenómeno se ha extendido a Latinoamérica y el confinamiento autoimpuesto es un problema reconocido por varios gobiernos del continente. En 2018, Banco Interamericano de Desarrollo (BID) patrocinó el estudio “*Millennials en América Latina y el Caribe: ¿Trabajar o estudiar?*” (Novella, Repetto, Robino y Rucci, 2018). Entrevistaron a 15.000 jóvenes de entre 15 y 24 años en nueve países: Brasil, Chile,

Colombia, El Salvador, Haití, México, Paraguay, Perú y Uruguay. Concluyeron que México era el país con mayor índice de *NiNis*, con un 25%; seguido de El Salvador, con un 24%. Esta radiografía resulta esclarecedora porque además de los datos convencionales (ingresos familiares, nivel de estudios, lugar de residencia), incluía cuestiones sobre el conocimiento del mercado laboral por parte de los jóvenes, sus aspiraciones y sus habilidades socioemocionales (Banco Interamericano de Desarrollo, 2018). Según el estudio, el total de *NiNis* en toda Latinoamérica podría ascender a 20 millones de jóvenes (Novella, Repetto, Robino y Rucci, 2018).

Las razones de estas cifras, de acuerdo a los estudios, son varias. En primer lugar, un desarrollo económico sostenido, gracias a las exportaciones y aumento de precio de productos básicos o *commodities*: cobre, petróleo y grano, principalmente, cacao, café, trigo (Leal-Villegas, 2016; Salinas-Callejas, 2016; Sánchez-Castañeda, 2017; Yepes-Lugo, 2017; Gorenstein y Ortiz, 2018). En segundo lugar, un envejecimiento de la población por el aumento de la esperanza de vida, las mejores condiciones de vida y salud, y descenso de la natalidad (Campos-Miño, Sasbón y von Dessauer, 2012; González, 2014; Moyano y Palomo, 2018; Lee, Díaz-Puente y Martin, 2019; Gallardo et al., 2020). Y en tercer lugar, a pesar de las dos anteriores, una cobertura e inversión educativa que aumenta, pero no mejora en calidad o competencias (Perinat, 2012; Esteban et al., 2017; Mollett, 2017; Reussi, 2018).

Dentro de esas competencias, los expertos denuncian la necesidad de la formación en competencias socioemocionales (Novella, Repetto, Robino y Rucci, 2018). Esa juventud vive inmersa en una realidad tecnológica hiperconectada y globalizada, pero no sabe enfrentarse a retos personales, a pequeñas frustraciones o al fracaso. La juventud es una etapa crítica donde el joven debe convertirse en adulto y conformar su personalidad e individualidad. De repente, descubre que no tiene habilidades para conseguirlo y se hunde. Esa falta de habilidades puede deberse a factores del hogar, del entorno educativo, laboral y social, y a factores no tradicionales: habilidades personales, información, expectativas y aspiraciones (Novella, Repetto, Robino y Rucci, 2018).

En 2019, la Oficina de Naciones Unidas (ONU) contra la Droga y el Delito (ONUDD), en su Estudio Mundial sobre el Homicidio, establecía que las tasas de homicidios entre jóvenes varones latinoamericanos eran mucho más altas que en otras partes del mundo, y vinculaba esta situación al alto número de *NiNis*. Según el informe, el creciente número de jóvenes desempleados y socialmente desfavorecidos contribuye al aumento de los crímenes violentos en América Latina, y El Salvador ocupa el primer puesto. Según la ONUDD, en El Salvador, “el 8% de los varones que tenían 14 años en 2016 no vivirán hasta los 44 años (ONUDD, 2019). En 2020, Alicia Bárcena, Secretaria Ejecutiva de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe de la ONU, apuntó en el Foro Económico Mundial de Davos, que la desigualdad es la causa estructural del malestar social en Latinoamérica, unida a la falta de innovación, inclusión y productividad (CEPAL, 2020). Según Bárcena, los jóvenes viven un desencanto social generado por expectativas que no han sido cumplidas; y el crecimiento económico no puede sino ir acompañado del aumento de las capacidades humanas (CEPAL, 2020).

3. La caverna virtual como posible refugio y deseos en la oscuridad

La multipantalla de los relatos audiovisuales se convierte en una versión actualizada de la caverna de Platón (Cerdán-Martínez, 2011; Macías-Arriaga, 2016). Si para el filósofo griego las cosas que se ven a diario son imitaciones de ideas que no se pueden contemplar, para los jóvenes *hikikomori* esa realidad cotidiana está representada por las imágenes que ven en sus televisores, *tablets*, ordenadores o teléfonos móviles. Supone una nueva caverna, pero más profunda (Bueno, 2006; Echeverría, 2013; Mironov, 2019). Mientras que en la versión de Platón, el conflicto estaba en convertirse en un incomprendido por contar lo que había visto fuera, en la caverna digital el viaje es inverso: hacia dentro. Los personajes no salen en busca de la sabiduría, sino que se sumergen en una cárcel virtual, donde han de superar varias pruebas para volver a la superficie. La multipantalla en el *isekai* cumple una función narrativa esencial y series como *Sword Art Online*, *Overlord*, *The Rising of the Shield Hero* o *Gate: Jieitai Kanochi nite, Kaku Tatakaeri* (Takumi Yanai, Tokyo MX/AT-X: 2015-2016) empiezan con la abducción de uno o varios protagonistas en un mundo virtual. Este conflicto inicial prevalece durante todo el relato hasta que los protagonistas consiguen, o no, regresar a su mundo.

Los protagonistas del *isekai* siguen la línea perfilada desde finales de la década de los años setenta del siglo pasado por las obras *shonen* más populares. *Shonen* significa “joven u adolescente” y en el contexto de las industrias culturales japonesas, engloba una serie de títulos destinados a público masculino juvenil. Los protagonistas de las obras fundacionales del género *mecha*, como *Mazinger Z* (Majingā Zetto, Gō Nagai, Fuji TV: 1972-1973) y *Mobile Suit Gundam* (Yoshiyuki Tomino, Nagoya Broadcasting Network: 1979-1980), son estudiantes de instituto o universidad. Llevan una vida monótona, sin aspiraciones, hasta que un incidente les fuerza a ponerse a los mandos de un fantástico robot de combate. Convertidos en pilotos de élite de manera repentina, encuentran su lugar en el mundo y se realizan a través de sus heroicidades. Décadas después, *Evangelion* (Hideaki Anno, TV Tokyo, Kadokawa Shoten, Nihon Ad Systems: 1995-1996), *Bleach* (Tite Kubo, TV Tokyo: 2001-2016), *Gantz* (Hiroya Oku, Fuji TV: 2004-2012), *Death Note* (Tsugumi Ōba, Nippon Television: 2006-2007) o *Ataque a los titanes* (Shingeki no Kyojin, Hajime Isayama, Tokyo MX: 2013) evidencian esta fórmula.

Las características de estos personajes coinciden con gran parte del público objetivo de las obras. Muchos de estos jóvenes se sienten atraídos por los mundos en que suceden estas historias, por la magnífica vía de evasión que les ofrece. Los protagonistas del *isekai* son, en muchos casos, jóvenes que llevan una vida monótona y se ven trasladados, sin capacidad de regreso inmediato, al universo de su videojuego favorito. La ironía de todo esto, y quizá del éxito del *isekai*, es que sus protagonistas desean, como muchos jóvenes nipones, vivir en un mundo fantástico inspirado en sus universos ficcionales favoritos. Pero en el primer momento en que quedan encerrados, solo ansían escapar.

Sword Art Online (Reki Kawahara, Aniplex/Tokyo MX/BS11 Digital: 2012-) comienza con un informativo que relata cómo un esperado videojuego ha salido a la venta tras un largo periodo de prueba y todas las copias se han agotado. El protagonista, Kirito, es un adolescente que vive en un cuarto austero, con un despertador, una cama deshecha y unas revistas. Una mesa alargada ocupa gran parte del espacio, con una torre de ordenador al que hay conectadas tres pantallas, cada

una dedicada a una tarea distinta. A pesar de ser pleno día, unas cortinas entreabiertas cubren las ventanas. Su hermana le habla a través de la puerta cerrada. Kirito no la responde y se limita a ver por la ventana cómo sale de casa.

Es entonces cuando apaga el ordenador, se pone un casco que conecta a la red eléctrica y de datos y se recuesta en la cama. Mientras el casco se activa, esboza por primera vez una sonrisa. Vemos sus ojos y un plano subjetivo observando las gafas que cubren el casco. En ese momento, una interfaz informática muestra diversas opciones. Un texto da la bienvenida al jugador de *Sword Art Online*. Decenas de líneas rectas se desplazan desde la profundidad de la imagen dando una impresión de inmersión, hasta que un plano subjetivo –marcado por unos párpados que se abren y cierran, un movimiento de cámara que muestra las manos y pies de su avatar– marca la entrada al mundo virtual del videojuego. El personaje sonríe y exclama: «¡Por fin he vuelto!». El plano aumenta para mostrarnos otros jugadores y el escenario medieval y fantástico en el que discurre el juego. Tras mostrarles las reglas del juego, se da cuenta de que no puede desconectarse. Una figura gigantesca informa a todos de que están atrapados en el mundo virtual: si alguien desconecta sus cascos o corta la corriente eléctrica, morirán. Si mueren en el juego, morirán en el mundo real. La única manera de escapar es finalizar todas las fases y derrotar a los enemigos (imagen 1).

La voz en off del protagonista de *The Rising of the Shield Hero* (Tate no Yūsha no Nariagari, Aneko Yusagi, Glovision/Kadokawa/Crunchyroll SC Anime Fund/AT-X: 2019) informa que el personaje es «el perfecto *otaku*». Tras ayudar a su hermana a salir de una situación conflictiva, vive a costa de sus padres y no necesita trabajar a tiempo parcial para costear sus estudios universitarios. Sin embargo, aclara «que no es un *hikikomori*» y que cuando se le acaba su asignación, acude a la biblioteca en busca de *manga* y novelas ligeras. En esa sección encuentra un libro que le llama la atención: *La leyenda de los cuatro héroes*. Al hojear las primeras páginas, una luz emana del libro, desaparece todo el espacio y tras un resplandor, aparece junto a otras tres personas y ante un grupo. Éste les explica que han sido invocados para actuar como los cuatro héroes, para que defiendan su reino de la invasión de criaturas monstruosas. Hasta que no derrotan a las hordas invasoras, los nuevos héroes no podrán regresar a su mundo.

Overlord (Kugane Maruyama, AT-X/Groove/Hakuhodo DY Music & Pictures/Kadokawa Shoten/AT-X: 2015-) se desarrolla en el mundo virtual de un videojuego llamado *Yggdrasil*, unos minutos antes de que su servidor cierre definitivamente. El protagonista acude a la sede de su gremio de jugadores. De los 40 miembros solo han acudido tres. El personaje se pasea por las salas observando a los personajes no jugadores e interactuando con ellos, mediante la interfaz digital. Cuando llega la hora, se percata de que nada sucede. Los no jugadores comienzan a actuar de manera independiente. Cuando abre la interfaz, se percata de que ésta ha desaparecido y no puede desconectarse. Está atrapado en ese mundo virtual sin ninguna razón, ni sentido. Su objetivo será descubrir qué ha sucedido y cómo regresar a su mundo.

Subaru Natsuki va a un *conbini* a ojear revistas *manga* y comprar su cena de *snacks* y comida instantánea. A través de las ventanas, observa a un grupo de chicas pasar por la calle. Cuando sale y trata de cruzar la calle, su visión se nubla y aparece, de repente, en un mundo poblado de seres fantásticos. Subaru se sorprende, de manera explícita, por haber sido trasladado a un *isekai*. El protagonista de *Re:Zero - Empezar de cero en un mundo diferente* (Re:Zero kara hajimeru isekai seikatsu,

Tappei Nagatsuki, TV Tokyo: 2016-) no tiene habilidades propias de un videojuego, ni los poderes de un héroe. Sin embargo, cada vez que muere en ese mundo, resucita unas horas antes. A partir de entonces, tratará de evitar muertes o catástrofes, empleando su poder mientras averigua qué le ha llevado hasta allí (imagen 2).

En *Gate: Jieitai Kanochi nite, Kaku Tatakaeri* (Takumi Yanai, Tokyo MX/AT-X: 2015-2016), Youji Itami, un militar de 33 años que se define a sí mismo como un *otaku*, trabaja para poder costearse su mayor afición: los *doujinshis*, unas historietas *manga* sobre un universo fantástico inspirado en la Edad Medieval y la Antigua Roma. De camino a la convención anual del juego, Youji se percata de que un portal inter-dimensional se ha abierto en el barrio de Ginza, permitiendo que miles de monstruos y soldados ataquen a los ciudadanos de Tokio. Youji actúa como un héroe y salva a miles de civiles, aunque se queda sin poder comprar los *doujinshis*. Sin quererlo, es elegido por el ejército japonés para atravesar el portal y luchar contra los soldados y los monstruos que atacaron Tokio. El universo fantástico del *manga* cobra realidad.

En *Yojo Senki: Saga of Tanya the Evil* (Carlo Zen, AT-X/Tokyo MX: 2017), su protagonista, Tanya Degurechaff (Fig. 3), es una niña con poderes mágicos que lucha en un mundo inspirado en la Europa de la Primera Guerra Mundial (imagen 3). Previamente, Tanya era un empresario sin escrúpulos que disfrutaba despidiendo a sus trabajadores. Un día, uno de los empleados despedidos le empuja a la vía del metro. Antes de que el tren le atropelle, Dios detiene el tren y todos los elementos de su realidad y le da una oportunidad para reconocer su fe (imagen 4). Ante la negativa del empresario, el Creador decide enviarle a un mundo en constante batalla, donde si muere, nunca más podrá reencarnarse.



Figura 3. Fotograma de Tanya, protagonista de *Yojo Senki: Saga of Tanya the Evil*. (Propiedad de Funimation. Creada por Carlo Zen).

En *That Time I Got Reincarnated as a Slime* (Tensei shitara Suraimu Datta Ken, Fuse, Tokyo MX: 2018-), Satoru Mikami (Fig. 4), un hombre de 37 años sin pareja y con un estatus social alto, muere apuñalado en la calle al salvar a sus amigos del ataque de un chiflado (imagen 5). En sus momentos finales, Satoru se arrepiente de todo lo que no ha sido en su vida. Una voz interior femenina archiva todos sus deseos como si fuera una computadora. Tras su muerte, Satoru es trasladado a un mundo

psicodélico donde es convertido en una babosa. A modo de videojuego, adquiere poco a poco diversas habilidades, que se constituyen como verdaderos superpoderes.



Figura 4. Tanya, antes de convertirse, protagonista de *Yojo Senki: Saga of Tanya the Evil*. (Propiedad de Funimation. Creada por Carlo Zen).

La transición entre el mundo cotidiano y el de la caverna sucede en cada una de estas series de manera diferente. *Sword Art Online* y *Overlord* son ejemplos de *traslado voluntario*. Los personajes participan en un videojuego del cual, sin previo aviso, no pueden escapar. El traslado en *The Rising of the Shield Hero* y *Re:Zero* se produce mediante invocación, ya que es una entidad que pertenece a ese otro mundo la que les traslada hasta allí. En *Saga of Tanya the Evil* y *That Time I Got Reincarnated as a Slime*, los personajes son trasladados a otros universos después de morir por una fuerza divina, en un paso mediante *reencarnación* (Fig. 5). Y en *Gate: Jieitai Kanochi nite, Kaku Tatakaeri*, la separación entre ambos mundos no es individual, sino que afecta a toda la sociedad japonesa. En las dos primeras series, la inmersión dentro de la caverna digital es un viaje personal y a medida que avanzan los episodios, se desvelan más personas abducidas desde su misma dimensión. Los protagonistas entran en un mundo paralelo donde se ven forzados a vivir; y sus fans se adentran en sus historias para aislarse de su realidad.



Figura 5. Fotograma de *That Time I Got Reincarnated as a Slime*, donde el protagonista, Rimuru, pasa del mundo real al mundo reencarnado, tras morir apuñalado. (Propiedad de 8-Bit. Creada por Fuse).

4. Conclusiones

El *isekai* se conforma como un género completo y con entidad propia. Es poderoso por las cifras objetivas que avalan su éxito y por la profundidad de sus planteamientos. Los personajes *otaku* se hacen realidad como jóvenes *hikikomori* en Japón y *NEETs* o *NiNis* en Iberoamérica (Loriguillo-López, 2019). Los seguidores del género se aíslan de sus entornos para adentrarse en las ficciones de sus personajes favoritos. Viven en un confinamiento autoimpuesto, en un mundo que actualmente se ve obligado a no salir de casa por el avance del virus SARS-CoV-2.

A estos personajes les une la empatía: ninguno está conforme con la realidad que le ha tocado vivir y a la fuerza o por expreso deseo, triunfan y son héroes en un universo paralelo que les acoge y les abraza. En Crunchyroll, el país con más seguidores de *anime* y *manga* es Uruguay; seguido de Colombia y República Dominicana, en el quinto y sexto puesto, respectivamente. Este escenario lleva a varias perspectivas de investigación, que propone este trabajo: ¿cuál ha sido el crecimiento real del fenómeno en los cinco últimos años?, ¿qué líneas de producción están materializando las plataformas de *subscription video on demand*, siguiendo el ejemplo de Netflix, anteriormente citado?, ¿hasta qué punto son conscientes del éxito del género en Iberoamérica?, ¿cómo se han convertido algunas series o películas *isekai* en ficciones de acción real?, ¿los espectadores que no son *hikikomori*, *NEETs* o *NiNis* también necesitan el visionado del *isekai* a modo de catarsis para evadirse de sus realidades?

Este último interrogante conduce a una de las cuestiones fundamentales, que bien merece una investigación aparte: dilucidar si el visionado del *isekai* es perjudicial o beneficioso. ¿Sus espectadores se hacen más introspectivos y asociales y se encierran en su caverna digital de ordenadores, consolas y dispositivos electrónicos? ¿O vivir el ascenso de sus protagonistas *otaku* favoritos les empodera en la vida real? ¿La caverna de Platón sigue existiendo en forma de caverna digital, con más fuerza que nunca? ¿O los espectadores del *isekai* distinguen entre los mundos reales y ficcionales y su consumo no les empuja a convertirse en *hikikomori*?

Al respecto, algunos estudios precedentes consideran la caverna digital como un proceso de inmersión. No obstante, hay que destacar que después de haber analizado en profundidad los relatos *isekais*, el proceso podría interpretarse en positivo: como ascenso o salida. Esta justificación vendría por la adquisición de aprendizajes y valores de los protagonistas en su viaje por el mundo digital. Este éxodo de ascenso les hace personas más sabias y encaja con la alegoría de Platón (1992), del que sale de la caverna y vuelve a entrar para compartir lo aprendido con los demás. Aunque los que están dentro no lo comprendan.

Esta contradicción de subida y/o bajada de la caverna digital se erige como otra de las razones del éxito de estas historias *isekai* en Japón y en todo el mercado latinoamericano. Según McKee (2006), una historia que carece de ironía no puede representar el alma humana y por lo tanto, no tendrá interés comercial. Estas contradicciones hacen reflexionar sobre el modelo de vida de los *otaku* y los *hikikomori*, porque desde esta nueva perspectiva se ve de manera diferente. Hay que dedicarle más tiempo al estudio de estas personas que viven abducidas en un mundo virtual ya que como decía Bueno (2006), a veces hay que descender a la caverna para comprender lo que pasa en el mundo.

Referencias

- Álvarez-Gandolfi, F. (2015). Culturas fan y cultura masiva. Prácticas e identidades juveniles de *otakus* y *gamers*. *La Trama de la Comunicación*, 19, 45-65. <https://doi.org/10.1080/13676261.2018.1544416>
- Arita, I., Kojima, K. & Nakane, M. (2003). Transmission of severe acute respiratory syndrome. *Emerging Infectious Disease Journal*, 9(9), 1183-1184. DOI: 10.3201/eid0909.030471
- Ávila-Valdés, N., Antúnez del Cerro, N. y Gutiérrez-Párraga, T. (2013). 105 Arte. Fundamentos de la educación artística. En Cooperativa MásPúblico [Eds.], *La uni en la calle: Libro de textos* (pp. 228-231). Madrid: La Marea.
- Banco Interamericano de Desarrollo (2018). *Publicaciones: Millennials en América Latina y el Caribe: ¿Trabajar o estudiar?* Recuperado de <https://publications.iadb.org/es/millennials-en-america-latina-y-el-caribe-trabajar-o-estudiar>
- Belver, M. H. (1987). La imagen del hombre en el arte. *Icónica: revista de las artes visuales, didáctica e investigación*, 10, 2-8.
- Berman N. & Rizzo, F. (2018). Unlocking Hikikomori: an interdisciplinary approach. *Journal of Youth Studies*, 22(6), 791-806. <https://doi.org/10.1080/13676261.2018.1544416>
- Bernárdez, A. y Padilla, G. (2018). Mujeres cineastas y mujeres representadas en el cine comercial español (2001-2016). *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, 1247-1266. DOI: 10.4185/RLCS-2018-1305
- Bueno, G. (2004). *La vuelta a la caverna: terrorismo, guerra y globalización*. Madrid: Ediciones B.
- Byass, P. (2020). Eco-epidemiological assessment of the COVID-19 epidemic in China, January–February 2020. *Global Health Action*, 13(1), online. <https://doi.org/10.1080/16549716.2020.1760490>
- Campos-Miño, S.; Sasbón, J. S. & von Dessauer, B. (2012). Los cuidados intensivos pediátricos en Latinoamérica. *Medicina Intensiva*, 36(1), 3-10. DOI: 10.1016/j.medin.2011.07.004
- CEPAL (2020). La desigualdad es la causa estructural del malestar social en América Latina y el Caribe, afirma Alicia Bárcena en Foro de Davos. Recuperado de <https://www.cepal.org/es/comunicados/la-desigualdad-es-la-causa-estructural-malestar-social-america-latina-caribe-afirma>
- Cerdán-Martínez, V. (2011). *Imaginación colectiva, comunicación y héroe en el relato japonés Paranoia Agent* (tesis doctoral). Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Echeverría, J. (2013). *Entre cavernas. De Platón al cerebro pasando por Internet*. Madrid: Tricastela.
- Elkins, E. (2020). Algorithmic cosmopolitanism: on the global claims of digital entertainment platforms. *Critical Studies in Media Communication*, 36(4), 376-389. <https://doi.org/10.1080/15295036.2019.1630743>
- Esteban, M.; Bernardo, A.; Tuero, E.; Cervero, A. & Casanova, J. (2017). Variables influyentes en progreso académico y permanencia en la universidad. *European Journal of Education and Psychology*, 10(2), 75-81. DOI: 10.1016/j.ejeps.2017.07.003
- Freedman, L. (2020). Strategy for a Pandemic: The UK and COVID-19. *Survival*, 62(3), 25-76. <https://doi.org/10.1080/00396338.2020.1763610>
- Gallardo-Martínez, J.; Arnáez-de-la-Cruz, M.; Frías-Sánchez, Z.; del-Río-Romeroa, I.; Navalón-Bonala, Z.; Polo-Ballarín, P. y Pantoja-Garrido, M. (2020). ¿Es la nacionalidad de la paciente un factor influyente en el proceso de embarazo, parto y puerperio?. *Clínica e Investigación en Ginecología y Obstetricia*, 47(3), online. DOI: 10.1016/j.gine.2020.01.003

- González, P. R. (2014). Chile, un buen lugar donde nacer: Morbimortalidad materna e infantil a nivel global y nacional. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 25(6), 874-878. DOI: 10.1016/S0716-8640(14)70633-9
- Gorenstein, S. & Ortiz, R. (2018). Natural resources and primary sector-dependent territories in Latin America. *Area Development and Policy*, 3(1), 42-59. <https://doi.org/10.1080/23792949.2018.1431555>
- Gronvall, G. K. (2020). The Scientific Response to COVID-19 and Lessons for Security. *Survival*, 62(3), 77-92. <https://doi.org/10.1080/00396338.2020.1763613>
- Gushiken, Y. & Hirata, T. (2014). Processes of Cultural and Media Consumption: The Image of 'Otaku', from Japan to the world. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 37(2), 133-150. <https://doi.org/10.1590/1809-584420146>
- Hack, B. (2016). Subculture as Social Knowledge: A Hopeful Reading of Otaku Culture. *Contemporary Japan*, 28(1), 33-57. <https://doi.org/10.1515/cj-2016-0003>
- Heinze, U. & Thomas, P. (2014). Self and salvation: visions of hikikomori in Japanese manga. *Contemporary Japan*, 26(1), 151-169. <https://doi.org/10.1515/cj-2014-0007>
- Hernández-Belver, M. y Prada, J. M. (1998). La recepción de la obra de arte y la participación del espectador en las propuestas artísticas contemporáneas. *REIS: Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 84, 45-63.
- Hernández-Belver, M. & Hernández-Ullán, C. (2019). From Velázquez to Picasso Proposal of Artistic Mediation Activities for People with Dementia. *Research, Art, Creation*, 7(1), 10-29. <http://dx.doi.org/10.17583/brac.2019.3820>
- Husu, H. M. & Välimäki, V. (2017). Staying inside: social withdrawal of the young, Finnish 'Hikikomori'. *Journal of Youth Studies*, 20(5), 605-621. <https://doi.org/10.1080/13676261.2016.1254167>
- Ju, H. (2020). Korean TV drama viewership on Netflix: Transcultural affection, romance, and identities. *Journal of International and Intercultural Communication*, 13(1), 32-48. <https://doi.org/10.1080/17513057.2019.1606269>
- Kam, T. H. (2013). The common sense that makes the 'otaku': rules for consuming popular culture in contemporary Japan. *Japan Forum*, 25(2), 151-173. <https://doi.org/10.1080/09555803.2012.743481>
- Kōichi, N. (2 de abril de 2012). El declive de la capacidad académica y la "educación relajada". *Nippon.com*. Recuperado de https://www.nippon.com/es/in-depth/a00601/?cx_recs_click=true
- Leal-Villegas, P. H. (2016). Latinoamérica ante las transformaciones del Orden Monetario y Financiero Mundial. *Economía Informa*, 396(C), 67-83. DOI: 10.1016/j.ecin.2016.01.004
- Lee, S. Y.; Díaz-Puente, J. M. & Martin, S. (2019). The Contribution of Open Government to Prosperity of Society. *International Journal of Public Administration*, 42(2), 144-157. <https://doi.org/10.1080/01900692.2017.1405446>
- Li, Q.; Guan, X.; Wu, P. et al. (2020). Early transmission dynamics in Wuhan, China, of novel coronavirus-infected pneumonia. *The New England Journal of Medicine*, 382(13). DOI: 10.1056/NEJMoa2001316
- Loriguillo-López, A. (2019). Genealogía de las prácticas comunicativas de los otaku: evolución de la tecnología audiovisual y de la cultura fan en el consumo del anime. *Arte, individuo y sociedad*, 31(4), 917-930 <https://doi.org/10.5209/aris.62321>
- Macías-Arriaga, F. (2016). Philosophy in cinema: The chameleon, Alice and The Skeleton. *Colmena*, 90, 23-36. <http://hdl.handle.net/20.500.11799/61510>

- Martínez-Vérez, M. V. y Albar-Mansoa, J. (2019). Tinta de mar: Arte de acción en la formación profesional docente. Utopía y praxis latinoamericana. *Revista internacional de filosofía y teoría social*, 24 (87). CESA-FCES-Universidad del Zulia, 137-150. DOI: <http://doi.org/10.5281/zenodo.3464053>
- McCoy-Torres, S. (2018). “I wanna be the king of sounds”: Otaku and Japanese Transnational Migrants in Brooklyn Reggae Culture. *Popular Music and Society*, 42(3), 284-308. <https://doi.org/10.1080/03007766.2018.1445403>
- McKee, R. (2006). *El guion. Story*. Barcelona: Alba Editorial.
- Mihara, R. (2020). Involution: a perspective for understanding Japanese animation’s domestic business in a global context. *Japan Forum*, 32(1), 102-125. <https://doi.org/10.1080/09555803.2018.1442362>
- Mironov, B. (2019). Plato and the modern cave of big data. *Vestnik of Saint Petersburg University. Philosophy and Conflict Studies*, 35(1), 4-24. DOI: 10.21638/spbu17.2019.101
- Mollett, S. (2017). Irreconcilable differences? A postcolonial intersectional reading of gender, development and Human Rights in Latin America. *Gender, Place & Culture*, 24(1), 1-17. <https://doi.org/10.1080/0966369X.2017.1277292>
- Montaño, J. (2017). Un cine contaminado de cómic: el *manga*-eiga de Shunji Iwai. *L’Atalante. Revista de Estudios Cinematográficos*, 17, 102-109.
- Moreno-Sáez, M. C. (2012). La cultura visual: sus implicaciones y consecuencias en el ámbito de la Educación Artística. En Silvia Nuere-Menéndez-Pidal, María del Carmen Moreno-Sáez [Coords.], *Arte, juego y creatividad* (pp. 261-274). Madrid: Ediciones Eneida.
- Moyano-Díaz, E. & Palomo-Vélez, G. (2018). Satisfaction with the country and well-being: future expectations / Satisfacción con el país y bienestar: expectativas acerca del futuro. *International Journal of Social Psychology*, 33(3), 504-528. <https://doi.org/10.1080/02134748.2018.1482059>
- Nippon.com (8 de junio de 2019). Japón tiene más de un millón de ‘hikikomori’. *Nippon.com* Recuperado de https://www.nippon.com/es/japan-data/h00463/?cx_recs_click=true.
- Nonaka, S., Shimada, H. & Sakai, M. (2018). Assessing adaptive behaviors of individuals with hikikomori (prolonged social withdrawal): development and psychometric evaluation of the parent-report scale. *International Journal of Culture and Mental Health*, 11(3), 280-294. <https://doi.org/10.1080/17542863.2017.1367411>
- Novella, R.; Repetto, A.; Robino, C. & Rucci, G. (2018). *Millennials en América Latina y el Caribe: ¿Trabajar o estudiar?*. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo. <http://dx.doi.org/10.18235/0001410>
- OCDE (2016). *Society at a Glance. OEDC Social Indicators*. Recuperado de <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/9789264261488-en.pdf?expires=1561864163&id=id&accname=guest&checksum=A56E956EC6EEA363E958B14FE9BA361E>
- Okuno, K. (2013). The Japanese OTAKUs’ one month activity just after the 3.11 Earthquake. En Yetongnon, K., Dipanda, K., y Chbeir, R. (eds.). *International Conference on Signal-Image Technology & Internet-Based Systems*. Conferencia llevada a cabo en Kobe, Japón. DOI: 10.1109/SITIS.2013.72
- Perinat, A. (2012). Culture, education and human development in Latin America. *Culture and Education*, 24(1), 111-124. <https://doi.org/10.1174/113564012799740803>
- Platón (1992). *República, Libro VII*. Madrid: Gredos.
- Rahman, K. M. (2007). NEETs’ Challenge to Japan: Causes and Remedies. *Japanstudien*, 18(1), 221-244. <https://doi.org/10.1080/09386491.2007.11826943>

- Ranilla-Rodríguez, M. (2014). *Estrategias didácticas de las artes plásticas en la Educación Secundaria: el arte del absurdo como recurso creativo para la docencia de las artes plásticas* (tesis doctoral). Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Reussi, R. (2018). La educación de pre y postgrado en América Latina. *Educación Médica*, 19(S1), 1-3. DOI: 10.1016/j.edumed.2018.03.001
- Rosenthal, B. & Zimmerman, D. L. (2012). Hikikomori. The Japanese Phenomenon, Policy, and Culture. *International Journal of Mental Health*, 41(4), 82-95. <https://doi.org/10.2753/IMH0020-7411410406>
- Salinas-Callejas, E. (2016). La onda larga de los precios de alimentos 1990-2016. *Economía Informa*, 401(C), 85-102. DOI: 10.1016/j.ecin.2016.11.005
- Sánchez-Castañeda, J. (2017). Mercado de productos agrícolas ecológicos en Colombia. *Suma de Negocios*, 8(18), 156-163. DOI: 10.1016/j.sumneg.2017.10.001
- Shōsetsuka ni narō (20 de junio de 2019). 「異世界転生」「異世界転移」のキーワード設定に関. *Shōsetsuka ni narō*. Recuperado de <http://syosetu.com/>
- Social Exclusion Unit (1999). *Bridging the gap: new opportunities for 16-18 year olds not in education, employment or training, presented to Parliament by the Prime Minister*. Recuperado de <https://dera.ioe.ac.uk/15119/>
- The Association of Japanese Animators (2019). *Anime Industry Report 2018 Summary*. 20 de junio de 2019. Recuperado de <https://bit.ly/2Xp5YQT>
- Thomas, M. (12 de junio de 2019). *What Are the Most Popular Anime on Crunchyroll This Week? - Week Ending April 21st*. Crunchyroll. Recuperado de <https://bit.ly/3bXFeKO>
- Toivonen, T. (2011). 'Don't let your child become a NEET!' The strategic foundations of a Japanese youth scare. *Japan Forum*, 23(3), 407-429. <https://doi.org/10.1080/09555803.2011.597055>
- Tung, V. W. S.; Lee, S. & Hudson, S. (2017). The potential of anime for destination marketing: fantasies, otaku, and the kidult segment. *Current Issues in Tourism*, 22(12), 1423-1436. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1368462>
- Umeda, M.; Shimoda, H.; Miyamoto, K.; Ishikawa, H.; Tachimori, H.; Takeshima, T. & Kawakami, N. (2019). Comorbidity and sociodemographic characteristics of adult autism spectrum disorder and attention deficit hyperactivity disorder: epidemiological investigation in the World Mental Health Japan 2nd Survey. *International Journal of Developmental Disabilities*, online, 1-9. <https://doi.org/10.1080/20473869.2019.1576409>
- Villa-Gracia, D. (2017). *Relaciones formales entre el cómic japonés contemporáneo y su adaptación audiovisual animada* (tesis doctoral). Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Wang, Z. (2019). Being young in super-aging Japan: Formative events and cultural reactions. *Contemporary Japan*, 31(2), 264-267. <https://doi.org/10.1080/18692729.2018.1546111>
- Wilder-Smith, A. & Freedman, D.O. (2020). Isolation, quarantine, social distancing and community containment: Pivotal role for old-style public health measures in the novel coronavirus (2019-nCoV) outbreak. *Journal of Travel Medicine*, 27(2), 1-4. DOI: 10.1093/jtm/taaa020.
- Wright, C. (2020). Local government fighting Covid-19. *The Round Table*, online, 1-2. <https://doi.org/10.1080/00358533.2020.1763017>
- Wu, Z. & McGoogan, J. M. (2020). Characteristics of and important lessons from the coronavirus disease 2019 (Covid-19) outbreak in China: Summary of a report of 72 314 cases from the Chinese center for disease control and prevention. *JAMA*, 323(13), 1239-1242. DOI:10.1001/jama.2020.2648

- Yamamoto, H. (2020). Socially engaged art in postcolonial Japan: an alternative view of contemporary Japanese art. *World Art*, online, 1-23. <https://doi.org/10.1080/21500894.2020.1752794>
- Yáñez-Martínez, B. (2016). La gárgola en la cultura visual actual. *Arte, Individuo y Sociedad*, 28(3), 553-565. https://doi.org/10.5209/rev_ARIS.2016.v28.n3.50832
- Yepes-Lugo, C. A. (2017). Aportes teórico-conceptuales acerca del cambio organizacional de la industria cafetera colombiana. *Suma de Negocios*, 8(17), 19-30. DOI: 10.1016/j.sumneg.2016.09.001