

Precariedad de la animación comercial japonesa contemporánea: el caso de Toei Animation

The precariousness of contemporary Japanese commercial animation: the case of Toei Animation



Grado en Comunicación Audiovisual

TRABAJO FIN DE GRADO

Modalidad A

Autor/a: **María Martínez Pla**

DNI: 20.457.504-Q

Tutor/a: Antonio Loriguillo López

Julio, 2017

RESUMEN

Con el análisis de la situación actual de las empresas niponas de animación pretendemos hacer una comparación y evolución histórica de su producción. Una aproximación a la crisis que asola el panorama del sector y cuáles son los posibles desenlaces futuros tras su análisis.

En primer lugar, realizaremos una breve aproximación histórica de la evolución del sector a lo largo de los años, exploraremos el funcionamiento de una de las productoras más importantes de Japón, Toei Animation y sus recientes realizaciones audiovisuales.

Veremos como las producciones han cambiado a lo largo de los años y como se han adaptado a las necesidades del público del momento. Por tanto, resulta interesante ver el *cómo* y *porqué* se ha llegado a esa situación en este sector y cómo afecta a su desarrollo. Ya que, las pequeñas compañías tienen que producir muchas obras para cuadrar los presupuestos, provocando que muchos de estos trabajadores se encuentren inmersos en varios proyectos con distintas fechas límite. Se trabaja a contrarreloj y con los presupuestos ajustados. Además, al contar con muchos proyectos, estos apuran su trabajo hasta el último día de su fecha límite, provocando así que la calidad de las obras baje considerablemente. Vemos un claro ejemplo de ello con la última producción de Toei Animation, *Dragon Ball Super*, la cual recibió muchas quejas del público hacia su pobre animación y caracterización de los personajes en algunas escenas, su poca precisión y detalle en los trazos.

Finalizaremos con unas conclusiones del análisis de la situación que azota a las productoras y cuáles pueden ser los posibles desenlaces. Estas consisten en como la situación por la que pasa el sector pone de manifiesto la necesidad de profundos cambios que tienen que acontecer para su desarrollo a corto y largo plazo, y en principal hincapié en el sentido laboral, mejorando sus condiciones.

Palabras clave: Anime, Japón, producción, animación, crisis, Toei Animation

Autor: María Martínez Pla
Tutor: Antonio Loriguillo López

ABSTRACT

With the analysis of the current situation of Japanese animation companies we intend to make a comparison and historical evolution of its production. An approach to the crisis that plagues the landscape of the sector and what are the possible future outcomes after its analysis.

In the first place, we will make a brief historical approximation of the evolution of the sector over the years, we will explore the operation of one of the most important producers of Japan, Toei Animation and its recent audiovisual productions.

We will see how the productions have changed over the years and how they have adapted to the needs of the public at the time. Therefore, it results interesting to see how and why this situation has been reached in this sector and how it affects their development. Since, small companies have to produce many works to balance budgets, causing many of these workers are immersed in various projects with different deadlines. It works against the clock and with tight budgets. In addition, by having many projects, they hurry up their work until the last day of its deadline, causing the quality of the works to go down considerably We see a clear example of this with the latest production of Toei Animation, *Dragon Ball Super*, which received many complaints from the public towards its poor animation and characterization of the characters in some scenes, its poor precision and detail in the strokes.

We will finish with some conclusions of the analysis of the situation that plagues the producers and what the possible outcomes may be. These consist of how the situation that the sector goes through reveals the need for profound changes that have to happen for its short and long term development, and in the main emphasis on the labor sense, improving its conditions.

Key words: Anime, Japan, production, animation, crisis, Toei Animation

ÍNDICE

1. Introducción:	
1.1. Justificación y oportunidad de la investigación.....	1
1.2. Objetivos e hipótesis.....	3
1.3. Estructura.....	4
1.4. Metodología de trabajo.....	4
2. Marco teórico: estado de la cuestión.....	14
2.1. Evolución histórica de los modos de producción en la animación japonesa comercial.....	14
2.2 Condiciones actuales.....	19
3. Metodología del trabajo.....	34
4. Aplicación práctica:	
4.1. Historia de Toei Animation.....	38
4.2. La franquicia animada de <i>Dragon Ball</i>	40
4.2.1. Iteraciones animada previas.....	40
4.2.2. <i>Dragon Ball Super</i>	41
4.2.3. Resultados.....	41
4.2.4. Discusión.....	46
5. Conclusiones y futuros desarrollos de la investigación.....	48
6. Bibliografía.....	52
Anime.....	53
ANEXO.....	55
<i>Curriculum VITAE autor/a</i>	55

1. INTRODUCCIÓN

1.1. JUSTIFICACIÓN

En este trabajo pretendemos hacer un análisis de la situación actual de la animación nipona y su producción. En la última década la producción de la animación comercial japonesa ha atraído un importante número de investigaciones académicas que nos lleva a querer presentar la crisis que ha asolado el sector de la animación japonesa y los motivos que les han llevado a esta situación tan complicada. Pese a estas investigaciones, la relación entre precariedad y calidad de la animación permanece sin explicitar claramente que ha llevado al sector hasta el punto en el que se encuentra.

El *anime* es una contracción de la forma japonesa *animeshon*, traducción de la forma inglesa *animation* (Levi, 1996; Poitras, 1999). Es el término occidental con el que se conoce a la producción de dibujos animados para el medio televisivo en Japón. La palabra también engloba a las producciones hechas directamente para su distribución en ediciones domésticas llamadas OVA (*Original Video Animation*) y películas animadas para estreno en salas.

Manga y *anime* están fuertemente unidos y relacionados en lo que podemos llamar los *media-mix*, puesto que el anime en su gran mayoría tiene origen en el manga, su versión cómic. Por ello, podemos encontrar muchas veces el término *manganime*, para englobar las dos formas.

En la actualidad, el medio se ve obligado tanto a buscar formas para abaratar costes y como a hacer uso de unas políticas de austeridad en la producción. Éstos ya llevaron a la animación a usar recursos como el de la utilización de excesivos diálogos, voz en off, o el bucle (repetición de secuencias). Incluso en muchos animes se recurre al “relleno” (*filler*) para aquellas producciones sin descanso entre temporadas.

Por tanto, podemos ver tanto la economía de los recursos como técnicas más depuradas y realistas, como el uso de rotoscopias¹, en la mayoría de las series animadas en Japón.

Con ello, pretendemos analizar la situación de la famosa productora japonesa, Toei Animation y sus recientes realizaciones audiovisuales desde el punto de

¹ Técnica de animación que consiste en re-dibujar o calcar un fotograma teniendo otro como referencia.

vista de los estudios de Comunicación y, así, ofrecer un contrapunto científico a las exploraciones autorreferenciales del *anime* sobre sus propios procesos de producción. Ejemplo de ello es *Shirobako*, anime sobre la producción de animación japonesa. En ella se nos muestra claramente el trabajo que estas empresas realizan y plasma perfectamente los problemas de los costes producción de los animes y poca rentabilidad de las obras, e incluso los problemas cotidianos de sus protagonistas y diferentes puntos de vista (ÁLAMO, 2015).

El *media-mix* japonés es la forma *cross-media* emblemática de una de las industrias globales más importantes y sorprendentes, ya que consigue aunar los condicionantes de una industria basada en la segmentación demográfica y el reciclaje masivo de contenidos con una larga tradición vinculada a la literatura y las artes visuales japonesas (Hernández Pérez, 2017). Las empresas de animación japonesas destacan por su vocación transmedia, o su capacidad de difundir narrativas a través de varios medios a la vez, y su representación intercultural o heterogénea de diferentes antecedentes culturales. Estas características están presentes en todos los aspectos de su industria (desde la producción a su distribución) pero pueden ser aún más relevantes en el caso de sus productos. De hecho, en los últimos años, el manga y sus adaptaciones televisivas (*anime*) se han convertido en el foco principal de conocimientos académicos. A pesar de ello, la precariedad laboral y un sistema anclado en el pasado no ponen fácil la situación de las productoras del Japón.

Defenderemos el interés de investigar el cómo y porqué se ha llegado a esa situación en este sector desde el punto de vista audiovisual y cómo afecta a su producción. Las pequeñas compañías tienen que producir muchas obras para cuadrar los presupuestos, provocando que muchos animadores se encuentren inmersos en varios proyectos con distintas fechas límite. Al contar con muchos proyectos, estos apuran su trabajo hasta el último día de su fecha límite, provocando así que la calidad de las obras baje considerablemente. Vemos un claro ejemplo de ello con la última producción de *Dragon Ball Super* (Toei Animation, Fuji TV: 2015-2018), la cual recibió mala prensa entre los aficionados por su pobre animación y caracterización de los personajes.

1.2. OBJETIVOS E HIPOTESIS

El propósito de este estudio es el de centrarnos una la producción actual japonesa: el caso de la serie animada *Dragon Ball Super*, producida por Toei Animation, y toda la polémica suscitada. Para ello, analizaremos los siguientes puntos:

En primer lugar, contextualizaremos en el marco teórico, la evolución misma de la producción animada y su recorrido histórico. Veremos cuáles son los motivos de la pérdida de la calidad en la creación de la animación. Algunas de las secuencias de *Dragon Ball Super* han creado un gran revuelo en las redes sociales, creando incluso memes sobre la mala calidad del dibujo y los gestos. Toei Animation es uno de los estudios más influyentes, fundado en 1948, tiene una gran andadura en el sector con grandes títulos a sus espaldas como *Dragon Ball* (M. Okazaki y D. Nishio, Fuji TV: 1986-1989), *Los caballeros del Zodiaco* (K. Morishita y K. Kikuichi, TV Asahi: 1986-1989) o *Dr. Slump* (M. Okazaki, Fuji TV: 1981-1986), entre muchos otros.

Pero al entrar en competencia con otras compañías, en concreto con Mushi Productions, a lo largo de la década de 1970, ésta empezó a perder calidad en sus obras por la necesidad de reducir su plantilla de trabajadores y abaratar costes.

En segundo lugar, veremos la situación actual de los profesionales de la animación en Japón y si esto tiene relación con la bajada de la calidad de las obras. Daremos un repaso a la situación económica de la productora y del sector, e intentaremos contrastar con las otras principales empresas de producción para ver cuáles son las claves de la situación en la que se encuentra.

Con ello, esperamos esclarecer cuáles son los motivos de todo lo acontecido en el sector de la animación nipona aportando un análisis detallado de los métodos de animación actuales y el porqué de su uso. Para ello, estructuraremos nuestro trabajo de una manera clara y coherente, contextualizando y aportando las pautas de análisis, para su posterior comparativa.

1.3. ESTRUCTURA

Para este trabajo de final de Grado dividiremos en apartados de la siguiente manera. En primer lugar, realizaremos un marco teórico que nos adentrará cronológicamente a los cambios acontecidos en la producción de la animación japonesa. Veremos cuál ha sido su recorrido histórico y su evolución para entender el contexto actual. Posteriormente, platearemos los rasgos presentes en la animación para su aplicación práctica. Hablaremos de las series del momento y sus métodos de abaratamiento de costes, junto con las valoraciones y opiniones del público acerca de la calidad de las mismas, analizándolas en profundidad. Veremos los puntos claves que están afectando a los trabajadores del sector, y su situación actual.

En la segunda parte, nos centraremos en el análisis de una serie de animación que en este caso será del anime *Dragon Ball*, puesto que es el motivo principal del planteamiento de nuestra investigación. Pero en primer lugar, realizaremos una breve introducción a la productora Toei Animation y sus obras de mayor éxito. Presentaremos la serie *Dragon Ball Super* y expondremos los resultados del análisis. Haremos hincapié en los problemas derivados del *anime* y si ha habido soluciones y/o consecuencias, y las futuras líneas de procedimiento a seguir por parte de la productora ante la situación.

Y cerraremos con el apartado de conclusiones, donde expondremos nuestra opinión sobre todo lo extraído a partir de la investigación y el análisis, aportando futuras líneas de estudio.

Por último, incluimos una lista de la bibliografía consultada en el transcurso de la investigación realizada y referencias a las series.

1.4. METODOLOGÍA DE TRABAJO

La metodología de esta investigación consiste en una primera fase de estudio de situación del sector, tanto de su producción, su situación económica, los cambios efectuados y su actual situación sociocultural. Haremos una comparativa entre la economía política de la producción y el posterior análisis textual de una serie de animación relevante.

Autor: María Martínez Pla

Tutor: Antonio Loriguillo López

Para ello, recopilamos diversos artículos y publicaciones sobre estos temas mencionados. Sobre todos centrados en los factores que afectan a la realización de la animación japonesa. En este caso, usaremos fuentes oficiales como el AJA (*Association Japon Alsace*), tabla con los rasgos de la animación, entre otros.

La siguiente tabla muestra los rasgos a analizar sobre las producciones televisivas animadas en Japón, nos servirá de referencia posteriormente para el análisis textual:

Rasgos característicos de la Animación Actual
Uso de la animación limitada
Repeticiones
Rotoscopias
Edición digital
Desplazamientos de encuadre
Pull-Cells
Trade-off

La segunda fase consistirá en un análisis textual de la animación de *Dragon Ball Super* y de recursos utilizados en las producciones, sobre su producción y ámbito de desarrollo. Su representatividad como caso paradigmático de la animación japonesa contemporánea quedará reforzada por la aplicación de lo aprendido en el marco teórico. Con esto pretendemos dar solidez a nuestro trabajo y argumentos, y suscitar el interés sobre un tema tan poco tratado desde los estudios de Comunicación.

1. INTRODUCTION

1.1. JUSTIFICATION

In this work we intend to make an analysis of the current situation of Japanese animation and its production. In the last decade the production of Japanese commercial animation has attracted an important number of academic researches that leads us to want to present the crisis that has devastated the

Autor: María Martínez Pla

Tutor: Antonio Loriguillo López

Japanese animation sector and the reasons that have led them to this complicated situation. Despite these investigations, the relationship between precariousness and the quality of the animation remains unclear clearly that has led the sector to the point where it is.

Anime is a contraction of the Japanese form *animeshon*, translation of the English form animation (Levi, 1996; Poitras, 1999). It is the western term with which the production of cartoons for the television medium in Japan is known. The word also includes the productions made directly for distribution in domestic editions called OVA (Original Video Animation) and animated films for premiere in theaters.

Manga and *anime* are strongly united and related in what we can call the *media-mix*, since the *anime* in its great majority has its origin in manga, its comic version. Therefore, we can often find the term manganime, to encompass both forms.

Currently, the medium is forced both to seek ways to lower costs and to make use of policies of austerity in production. These already led the animation to use resources such as the use of excessive dialogues, voice over, or the loop (repetition of sequences). Even in many *animés* the "filler" is used for those productions without rest between seasons.

Therefore, we can see both the economics of resources and more refined and realistic techniques, such as the use of rotoscopes², in most animated series in Japan.

With this, we intend to analyze the situation of the famous Japanese producer, Toei Animation and its recent audiovisual achievements from the point of view of the studies of Communication and, thus, offer a scientific counterpoint to the self-referential explorations of the *anime* on its own production processes. An example of this is *Shirobako*, *anime* about the production of Japanese animation. It clearly shows us the work that these companies do and perfectly captures the problems of production cost of the anime and low profitability of the works, and even the daily problems of its protagonists and different points of view.

² Animation technique that consists of re-drawing or tracing a frame while taking another as a reference.

The Japanese *media-mix* is the emblematic *cross-media* form of one of the most important and surprising global industries, since it manages to combine the conditioning factors of an industry based on demographic segmentation and the massive recycling of content with a long tradition linked to the literature and the Japanese visual arts (Hernández Pérez, 2017). Japanese animation companies stand out for their transmedia vocation, or their ability to disseminate narratives through several media at once, and their intercultural or heterogeneous representation of different cultural backgrounds. These characteristics are present in all aspects of your industry (from production to distribution) but may be even more relevant in the case of your products. In fact, in recent years, the manga and its television adaptations (*anime*) have become the main focus of academic knowledge. In spite of this, job insecurity and a system anchored in the past do not make the situation of Japanese producers easy.

We will defend the interest of investigating the how and why this situation has been reached in this sector from the audiovisual point of view and how it affects its production. The small companies have to produce many works to balance the budgets, causing many animators to be immersed in several projects with different deadlines. When having many projects, they hurry their work until the last day of their deadline, causing the quality of the works to go down considerably. We see a clear example of this with the latest production of *Dragon Ball Super* (Toei Animation, Fuji TV: 2015-2018), which received bad press among fans for its poor animation and characterization of the characters.

1.2. OBJECTIVES AND HYPOTHESIS

The purpose of this study is to focus on the current Japanese production: the case of the animated series *Dragon Ball Super*, produced by Toei Animation, and all the controversy raised. For this, we will analyze the following points:

In the first place, we will contextualize in the theoretical framework, the evolution of animated production itself and its historical course. We will see what are the reasons for the loss of quality in the creation of the animation. Some of

the *Dragon Ball Super* sequences have created a stir on social networks, creating even memes about the poor quality of drawing and gestures.

Toei Animation is one of the most influential studios, founded in 1948, has a great career in the sector with great titles behind them as *Dragon Ball* (M. Okazaki and D. Nishio, Fuji TV: 1986-1989), *The Knights of the Zodiac* (K. Morishita and K. Kikuichi, TV Asahi: 1986-1989) or *Dr. Slump* (M. Okazaki, Fuji TV: 1981-1986), among many others.

But when entering competition with other companies, in particular with Mushi Productions, throughout the 1970s, it began to lose quality in its works due to the need to reduce its workforce and reduce costs.

Second, we will see the current situation of animation professionals in Japan and if this is related to the decline in the quality of the works. We will review the economic situation of the producer and the sector, and try to contrast with other major production companies to see what the keys to the situation are.

With this, we hope to clarify what are the reasons for everything that happened in the Japanese animation sector by providing a detailed analysis of current animation methods and why they are used. To do this, we will structure our work in a clear and coherent way, contextualizing and contributing the analysis guidelines, for its later comparison.

1.3. STRUCTURE

For this final degree work we will divide into the following sections. In the first place, we will make a theoretical framework that will take us chronologically into the changes that have taken place in the production of Japanese animation. We will see what has been his historical journey and his evolution to understand the current context. Later, we will plate the features present in the animation for its practical application. We will talk about the series of the moment and their methods of cost reduction, together with the opinions and opinions of the public about the quality of them, analyzing them in depth. We will see the key points that are affecting workers in the sector, and their current situation.

In the second part, we will focus on the analysis of a series of animation that in this case will be from the *Dragon Ball anime*, since it is the main reason

Autor: María Martínez Pla

Tutor: Antonio Loriguillo López

for the approach of our investigation. But in the first place, we will make a brief introduction to the production company Toei Animation and its most successful works. We will present the *Dragon Ball Super* series and we will present the results of the analysis. We will emphasize the problems derived from the *anime* and if there have been solutions and / or consequences, and the future lines of procedure to be followed by the producer in the situation.

And we will close with the conclusions section, where we will present our opinion about everything extracted from the research and analysis, contributing future lines of study.

Finally, we include a list of the bibliography consulted in the course of the research carried out and references to the series.

1.4. WORK METHODOLOGY

The methodology of this research consists of a first phase of study of the situation of the sector, both its production, its economic situation, the changes made and its current socio-cultural situation. We will make a comparison between the political economy of production and the subsequent textual analysis of a series of relevant animation.

To do this, we collect various articles and publications on these mentioned topics. Above all focused on the factors that affect the realization of Japanese animation. In this case, we will use official sources such as the AJA (Association Japon Alsace), a table with the features of the animation, among others.

The following table shows the features to be analyzed on animated television productions in Japan, it will serve as reference later for the textual analysis:

Characteristics of Current Animation
Use of limited animation
Repetitions
Rotoscopies

Digital Edition
Frame shifts
Pull-Cells
Trade-off

The second phase will consist of a textual analysis of the *Dragon Ball Super* animation and resources used in the productions, on its production and scope of development. Its representativeness as a paradigmatic case of contemporary Japanese animation will be reinforced by the application of what has been learned in the theoretical framework. With this we intend to give solidity to our work and arguments and to raise interest on a subject so little treated since the studies of Communication.

2. MARCO TEÓRICO: ESTADO EN CUESTIÓN

2.1. EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LOS MODOS DE PRODUCCIÓN EN LA ANIMACIÓN JAPONESA COMERCIAL

Desde principios de la década de 1990, tras la crisis económica provocada por el colapso de la economía de burbuja en Japón, los productos culturales japoneses destinados al entretenimiento experimentaron un aumento de exportaciones considerable (Daliot-Bul, 2009: 247). La imagen de Japón como un país definido por su poderosa economía y su identidad corporativa empezó a sustituirse por la imagen de un Japón moderno y juvenil, conocido como *Cool Japan*. Se presentó un Japón productor y exportador de bienes culturales (*anime* y *manga*), que en la actualidad gozan de una influencia, además de guardar una relación estrecha entre los sectores transmedia.

Una de las productoras de animación más importantes del país nipón, Toei Animation, se estableció oficialmente en 1956. Reunió a muchos animadores activos en los periodos de preguerra, y se inspiró en los estudios de Disney. Sus influencias fueron desde sus métodos industriales de producción masiva hasta su aspiración al realismo cinematográfico (utilizando animación completa³ para

³ "Full Animation" es el término por el que se conoce el recurso de producción de movimiento más suave realizados en "unos -24 fotogramas por segundo- o en "doces" -12 fotogramas por segundo. (SANTOS, 2013: 264).

generar realismo en movimiento y la cámara multiplano para generar un sentido de profundidad cinematográfica) hasta el uso de leyendas y cuentos de hadas como material fuente para sus narrativas, Toei aspiró ser el "Disney de Oriente". Su primera producción animada de larga duración a color fue, La leyenda de la serpiente blanca (Hakujaden, T. Yabushita y K. Okabe, 1958) y la película animada a color.

El presidente de Toei, Hiroshi Okawa, realizaría una secuencia de películas de animación animada, de animación completa y largometraje de Disney. En ese entonces produciría un profundo cambio en la historia de la animación y tendrían lugar grandes producciones no realizadas hasta la fecha. Era apreciable en esa época la influencia del cine de Disney en la producción japonesa. Cuando se estrenó Blancanieves y los siete enanitos en Japón, tuvo un gran impacto porque a partir de ese entonces se trabajaría con celofán coloreado.

Las influencias eran notorias y uno de los objetivos de Hiroshi Okawa era convertirse en el "Disney del Oriente". Una ambición que, a pesar de todo, siempre tendría sus bases, estilo y personalidad. Incluso su "némesis" Tezuka se inspiró en Walt Disney, ya que consideraba que los ojos tan grandes en los personajes permitían una mayor expresividad. (Kelts, 2006: 42).

Aunque algunas de estas características estuvieron presentes en la animación de décadas anteriores, la sistematización de estas características diferencia a la animación japonesa. Una forma diferente de formular las diferencias entre las dos corrientes de animación en Japón es pensar en la secuencia de Toei como un estilo de animación compuesto por la relación mimética entre animación y cine.

Un ejemplo claro de animación limitada son las animaciones para televisión, como las producciones de Hanna-Barbera. Es un estudio de animación estadounidense fundada en 1957 por los directores de Metro-Goldwyn-Mayer, William Hanna y Joseph Barbera, como H-B Enterprises, con la cual se dedicaron a la producción de comerciales de televisión. "Ruff y Reddy" (W. Hanna y J. Barbera, NBC: 1957-1960) fue el comienzo de la leyenda de la animación, gracias a su capacidad para generar dibujos animados con rapidez, economía,

Autor: María Martínez Pla

Tutor: Antonio Loriguillo López

sencillez y gran imaginación a finales de los años 50 cincuenta del siglo XX, cuando existía gran demanda de animación para la creciente televisión de entretenimiento, dirigida al público infantil y a toda la familia.

Pero la animación limitada como conjunto de técnicas y estilo visual fue iniciada por United Production of America (UPA) a finales de la década de 1940 y ya estaba siendo utilizada en series de televisión estadounidenses como *Popeye* (Crisler, E. 1960 y 1962 King Features Syndicate; 1978 y 1988 por Hanna-Barbera Productions) o *el Oso Yogui* (Hanna-Barbera, 1958, NBC).

La televisión comenzó a transmitir en Japón en 1953, pero en los años 1960-64 fueron los años más importantes para la penetración de televisores en los hogares japoneses. En 1960, el 55 por ciento de los hogares poseía un televisor (Iwabuchi, 2002: 103); en 1964, la propiedad de la televisión había crecido al 95 por ciento, debido a la retransmisión de la boda del príncipe de la corona en 1959 y los Juegos Olímpicos de 1964 (Kinsella, 2000: 30-31). Este nuevo medio de televisión era esencial para el desarrollo del *anime*.

Con el final de la Guerra del Pacífico, la escasa financiación gubernamental para la animación se había secado y la principal fuente de demanda de cortometrajes de animación también disminuía porque los teatros ya no exhibían cortos animados o de otro tipo. Los animadores se quedaron con poco trabajo o ingresos. Con la aparición de la televisión la demanda de comerciales aumentó y está fue una nueva fuente de empleo. Cuando la televisión comenzó a transmitirse en Japón en 1953, abrió un nuevo mundo para los animadores. La animación proporcionaba una imagen mucho más estable y atractiva, perfecta para publicidad. La demanda de animación televisiva para comerciales resultó ser un sistema de soporte de vida para los estudios de animación que pasaban por apuros económicos en el 1950. También sirvió para entrenar a una nueva generación de animadores que más tarde estarían involucrados en la producción de series de televisión animadas en estudios como Mushi Pro, Otogi Pro y TCJ.

Si bien la calidad de la animación cambió gracias a los comerciales de televisión, al utilizar ciclos de movimiento, minimizando el número de dibujos, desplegó un fuerte contraste entre los personajes del primer plano y los dibujos de fondo, y

Autor: María Martínez Pla

Tutor: Antonio Loriguillo López

avanzó hacia un estilo de animación que apuntaba hacia la animación limitada. Este conjunto de técnicas de “animación limitada” tan criticadas (Hui, 2006: 181), se convertirá en el recurso estilístico más destacado de la animación. La precaria situación de los estudios frente a los canales de distribución ya se hará evidente en esa época y se expondrá con el tiempo con la creación de los comités de producción que explicaremos más adelante.

Después de trabajar un tiempo en Toei, el famoso escritor de manga de posguerra Tezuka Osamu fundó Mushi Production Studio en 1961 para desarrollar su propio trabajo de animación, algo que había sido su sueño de toda la vida. Y fue aquí, durante la producción de la serie de televisión *Astroboy* (Tetsuwan Atomu, Mushi Pro, Fuji TV: 1963-66), cuando se desarrolló por primera vez el estilo de animación ahora reconocido como *anime*. El estilo de animación limitada de Mushi Production difería de la animación completa de Toei o Disney en varias formas.

Primero, era completamente distinto estilísticamente por su amplio uso del estático y movimiento extremo que son la base de sus escenas de acción dinámica y su humor, en su uso mínimo de la cámara multiplano y la minimización de la sensación de profundidad de la imagen, en su diseño de personaje de estilo manga, y en su formato narrativo en serie. En segundo lugar, difería en su cronograma de producción, producían episodios de televisión semanales en lugar de producciones a gran escala anuales o bianuales. Y tercero, se diferenciaba de Toei en su base comercial: hizo un uso extensivo de la comercialización de personajes y se basó en la creación de vínculos transmedia (STEINBERG, 2012: 9).

En el 1963 se emitiría esta mítica serie por la televisión Fuji TV, su creador Osamu Tezuka, comenzó su andadura realizando tebeos pirata de las películas de Disney. Sin embargo, su producción contaba con bajo presupuesto y se vieron en la necesidad de abaratar costes. Esto le llevó a desarrollar las técnicas de animación que se relacionan con el estilo japonés, como mover solo un brazo mientras el resto del personaje se deja fijo, la repetición de los mismos recursos una y otra vez o el uso de solo tres movimientos para la boca. El *anime* es una forma de animación que usa varios dispositivos de ahorro de tiempo y trabajo. Otro método para abaratar costes era reducir al mínimo los fotogramas, usando

Autor: María Martínez Pla

Tutor: Antonio Loriguillo López

capas separadas para mover piernas y brazos, dejando fijos los cuerpos. Esto era habitual en las escenas de lucha:

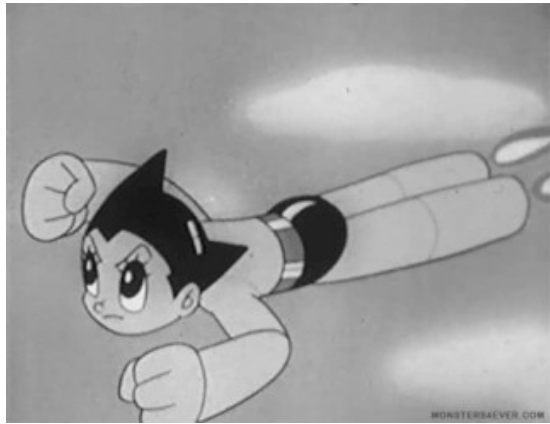
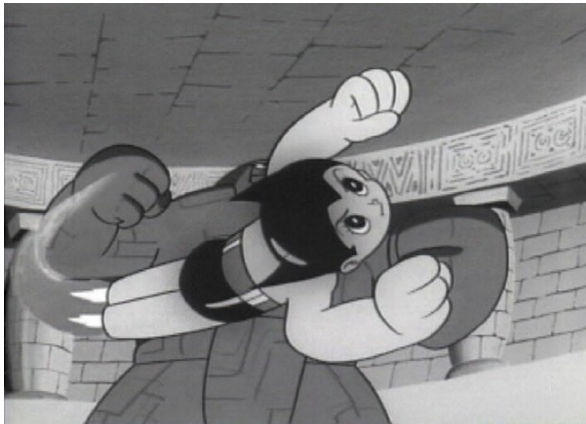


Fig. 1 y 2. Imágenes animación *Astroboy* (1963).

Además, los cortes eran de tres segundos para que no se notase la pobreza de la animación, incluso el escenario se deslizaba para crear la sensación de movimiento con zooms y paneos sobre imágenes fijas.

Pese al bajo presupuesto, Tezuka logró rentabilizar la serie con los juguetes y accesorios, las ventas de sus cómics y una serie de pegatinas coleccionables que venían con unas chocolatinas.

El negocio de la animación japonesa cuenta con los derechos sobre los personajes suelen pertenecer al autor del cómic, y los beneficios vienen de la venta del merchandising por parte de los patrocinadores de la serie y no de los bajos presupuestos con los que se realizan las animaciones, este hecho ciertas personas lo denominan “la maldición de Tezuka”. Consistió en rebajar los costes al mínimo, para que Fuji TV le comprara a Tezuka la serie antes que otros estudios. Tenía el empeño de producir sus series a toda costa y presenta un modelo que las *media-mix* adoptarán en torno a la producción de la animación. Sentó un estándar de producción deficitaria, se traduce en la animación súper limitada. Además, como para forma a *media-mix*, la idea era contactar con una juguetera para hacer juguetes antes de que saliera la serie para recuperar esa inversión. Mediante la venta de medios o merchandising conseguía generar beneficios y hacer frente a las pérdidas.

Autor: María Martínez Pla
Tutor: Antonio Loriguillo López

Otro caso sería el del estudio Gainax, que surgió de un club de ciencia ficción en la universidad, y paso 15 años teniendo pérdidas con el *anime* y recibiendo beneficios de los videojuegos, figuritas y otros productos. En 1995, lanzarían la serie *Neon Genesis Evangelion* (H. Anno, TV Tokyo: 1995), que contaba con 26 episodios y un par de películas. Fue considerada una gran serie y se relacionó su aparición a la de la franquicia *mecha Mobile Suit Gundam* (Y. Tomino, Sunrise, 1979-), por como representación de como los aficionados ejercen una gran influencia en los mercados, puesto que tras ser cancelada diez meses porque los niños no se sintieron atraídos por la serie, pero sí lo hicieron los adolescentes atraídos por el mundo Gundam y se enfocó la producción de merchandising hacia ese sector, “[...] fue en este momento cuando las empresas se dieron cuenta de la importancia de la actividad de los aficionados” comenta Condry⁴.

Actualmente, Toei Animation desde el comienzo de la transmisión en 2015 de *Dragon Ball Super* ha crecido exponencialmente de manera económica, por los derechos de producción y animación, como por el merchandising y videojuegos (Bandai Namco). Generando 88,5 millones de dólares⁵ en 2017, según ComicBook⁶.

2.2. CONDICIONES ACTUALES

A pesar de que un buen número de estudios de animación japoneses aún mantienen aspectos propios del proceso tradicional de creación con acetatos y papel, especialmente en la realización de fondos con técnicas pictóricas o en la animación de personajes fotograma a fotograma, lo cierto es que existe una combinación entre la animación tradicional y el uso de algunos programas de ordenador específicos. Aunque prácticamente la totalidad de sus dibujos animados más actuales siguen respetando el diseño y la estética original, sin ninguna duda la calidad gráfica y la fluidez en el movimiento ha crecido gracias

⁴ CONDRY, Ian. *The Soul of Anime: Collaborative Creativity and Japan's Media Success Story*, 2013.

⁵ 76.052.475 €

⁶ Macera, D. (2018). El comercio. <https://elcomercio.pe/economia/negocios/dragon-ball-super-dinero-genera-duenos-noticia-506735>

a los nuevos programas de tratamiento de imágenes. Hoy en día los coloristas de animación pueden trabajar más rápido y provistos por una gama infinita de tonos, colores más vivos e intensos que se añaden al fotograma con un solo “click”. Se encuentran las imágenes renderizadas en *cel shading*⁷ o *toon shading*, cada vez más frecuentes en las series de animación japonesa (HORNO, 2013: 688).

Actualmente, los contenidos consumidos se desarrollan desde un punto de vista multiplataforma realizado por varias empresas. Este tipo de uniones se les llama comité. Un ejemplo claro es la película *Akira* (1988), basada en la obra de Katsuhiro Otomo, que necesitó la ayuda de varias compañías, cuyo grupo se llamó *Committe Akira*. Otomo conseguiría la financiación a través del *Committee Akira*, un consorcio de grandes empresas del país unidas para sacar adelante este macro-proyecto de animación (Bandai, Toho, Laserdisc Corporation, Kodansha, Mainichi Broadcasting System, TMS Entertainment, Hakuhodo Incorporated y Sumitomo).

Los comités de producción están conformados por estudios de animación, directivos, cadenas de televisión, patrocinadores, agencias de publicidad, distribuidoras y productoras de música. Como vemos en la siguiente tabla, dentro de los comités de producción colabora un gran nombre de empresas en un solo proyecto:

Comité de Producción para “Arrietty”	
Studio Ghibli	Estudio Productor
Nippon Television	Cadena Televisiva
Dentsu	Agencia de Publicidad, Encargada del Merchandising
Hakuhodo DYMP	Agencia de Publicidad
Disney	Inversora, Distribuidora en Estados Unidos
Mitsubishi	Inversora
Toho	Distribuidora en Japón
Wild Bunch	Agente de Ventas Internacionales

Fig. 3. Ejemplo de Comité de producción del film *Arriety* (H. Yonebayashi, Studio Ghibli, 2010) (Seik, 2017)

Este tipo de financiación reporta grandes beneficios a los inversores, ya que estos consiguen un 40% de la rentabilidad, sin embargo, este modelo está

⁷ Es la utilización de movimiento real, o capturado, como referencia para elaborar la animación artística.

quedando obsoleto y no es beneficioso para todos. Además, que muchos directores de animación coinciden en lo “esclavista” que resulta el trabajo de animador, ya que trabajan jornadas laborales de más de 10 horas con sueldos muy bajos (Seik, 2017).

Este tipo de situación laboral afecta en mayor medida a los pequeños estudios, que no hacen uso de los comités de producción al no gozar de unos beneficios irrisorios, que no convencen a los inversores que buscan la máxima rentabilidad. Además, Toshio Okada, cofundador de Gainax y expresidente, compartió diversas opiniones con el director Yutaka Yamamoto, de que los comités deberían dejar de estar compuestos únicamente por hombres de negocios.

Tras las críticas enviadas a Toei Animation por la pobre animación de *Dragon Ball Super*, se puso en relieve la precaria situación en la que están inmersos los animadores japoneses. JaniCA, asociación de Creadores de Animación de Japón, realizó un informe sobre las condiciones actuales de los trabajadores de la industria de la animación japonesa. En esta encuesta en la que participaron 759 animadores, cuyo resultado fue que el promedio de ingresos anuales era de 1,000,000,000 ¥⁸, lo que significa uno 1.000 euros al mes por persona trabajando una media de 11 horas diarias.

La organización de animadores, productores y partidarios de la industria de la animación, alerta de la situación que vive la industria del *anime*, puesto que es una de las más grandes del país es clave para su desarrollo. Incluso una parte de dicho informe recoge propuestas de los propios animadores para hacer frente a las dificultades a las que se enfrentan en la actualidad, como por ejemplo:

“Creo que es un problema que a pesar del hecho de que ahora hay mejor definición y las cosas son más detalladas, a la hora de pagar a los creadores, concretamente a los artistas, las cosas no hayan cambiado en absoluto. Cada compañía tiene un planning muy descuidado y se pierde mucho tiempo, y eso me parece un desperdicio de fondos. Además, el *anime* se está enviando al extranjero tan rápido... ¿no es ese uno de los motivos por los que la próxima generación de artistas no está recibiendo la experiencia adecuada?”.
[Hombre, sobre los 40, rodaje]⁹

⁸ 7.600.000'00 €

⁹ Informe JaniCA (Asociación de Creadores de Animación de Japón) 2015

Thomas Romain¹⁰, creativo extranjero de la industria del *anime*, publicó un tweet sobre la situación insostenible de las productoras de animación japonesa que trabajan con un presupuesto ajustado y un animador cobra una media de 40 dólares por corte de animación, unos 2 dólares¹¹ por dibujo.

La precariedad laboral es uno de los principales problemas de la industria de la animación nipona. Su sistema está anticuado y se trabaja de forma sistemática y contrarreloj, con largas jornadas de trabajo para un sueldo escaso. Como avisa Romain (LÓPEZ, 2015):

“El problema es que la industria del *anime* japonés está produciendo demasiado contenido (...). No hay suficientes animadores cualificados y experimentados (...) Los estudios no tienen otra opción que trabajar con animadores poco cualificados, a veces amateurs”



Fig. 4. Este gráfico muestra el creciente beneficio anual (barras rojas) en la industria del *anime* hasta el 2016. Las barras amarillas representan el porcentaje de beneficios que reciben los estudios de animación. Joel Narváez. (2017). [Gráfico]. Rescatado de <https://joelnarvaez.com/2017/06/11/largas-jornadas-malas-condiciones-trabajo-industria-anime/>

Los beneficios son considerablemente menores ya que los comités de producción mantienen las licencias de IP (Internet Protocol), como el merchandising y los derechos de distribución.

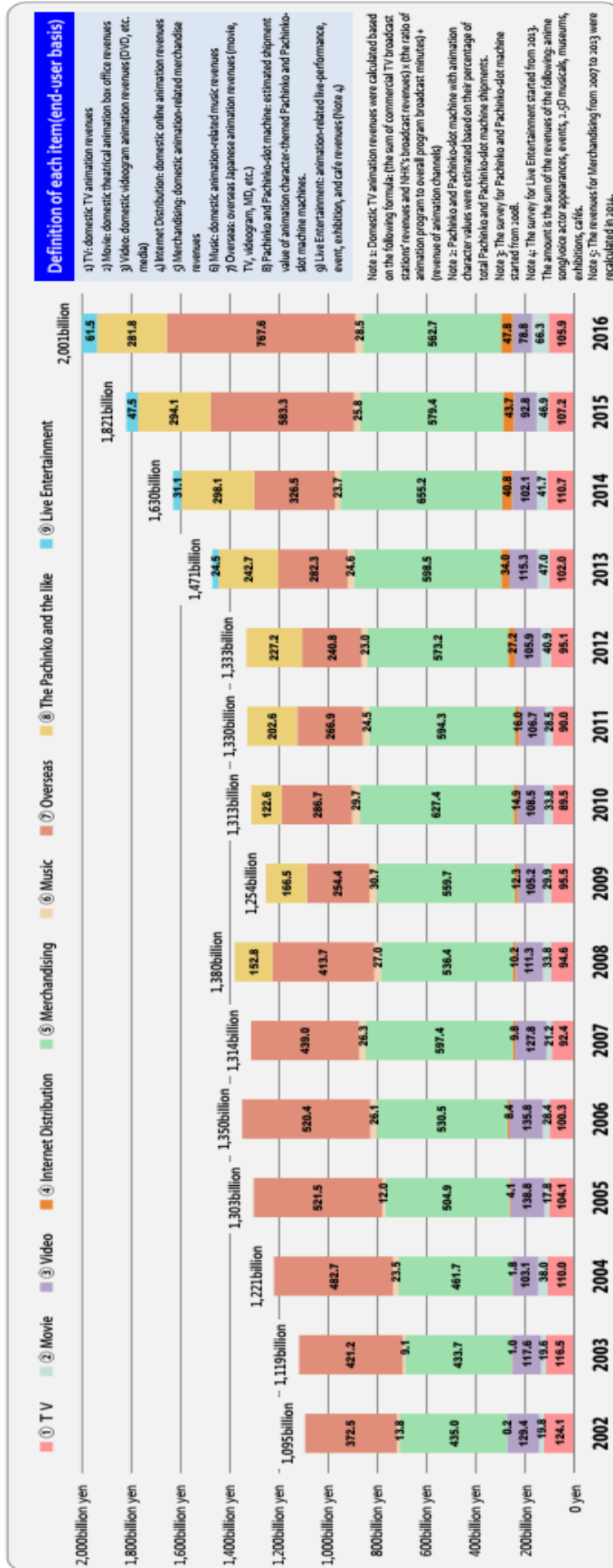
¹⁰ Carnero, L. (2015). Animo. <https://elcomercio.pe/tvmas/series/dragon-ball-super-capitulo-5-tuvo-mala-animacion-193125>

¹¹ 1,61371 €

Sin embargo, algunos estudios ya ponen ciertas medidas para evitar que sus trabajadores trabajen demasiadas horas, como es el caso del estudio Polygon Pictures, empresa enfocada a la creación de animación 3D, la cual apaga sus luces a las 22:00 para incentivar a sus empleados a irse a casa¹².

¹² HazuStark (2017). Crunchyroll. <http://www.crunchyroll.com/anime-news/2017/06/08-1/un-programa-de-nhk-habla-de-los-problemas-financieros-y-laborales-de-la-industria-del-anime>

Japanese animation market trends in a broad sense (i.e. market size based on estimated revenues in animation and animation-related markets) (2002 – 2016)



Based on questionnaires conducted by the Association of Japanese Animations and other publicly available statistics

Fig. 5. Las tendencias del mercado de animación japonesa en un sentido amplio (es decir, el tamaño del mercado se basa en los ingresos estimados en los mercados de animación y relacionados con la animación) <2002 - 2016>. Informe del AJA 2017.

La gráfica superior muestra las tendencias del mercado japonés de animación en un sentido amplio (es decir, el tamaño del mercado se basa en los ingresos estimados en los mercados de productos relacionados con la animación). Es obvio que el mercado de la animación en un sentido amplio es abruptamente mayor que lo representado y afecta a muchos factores. Esto se debe a que los negocios relacionados con la animación, incluida la comercialización de personajes, tienen importantes efectos de apalancamiento.

El mercado se expande continuamente, registrando las ventas más altas para cuatro años consecutivos, mientras que el tamaño cruzó la marca de 2 miles de millones de yenes impulsado por ventas en el extranjero.

El mercado de animación japonés, que tocó fondo en 2009 y repuntó en 2010, registró un crecimiento de 7 años consecutivos e informó sus mayores ventas por cuarto año consecutivo. El tamaño del mercado finalmente superó los 2 billones de yenes, que era 110% año por año. Las ventas de videogramas disminuyeron considerablemente (84.9%), y TV (98.8%), Merchandising (97.1%) y Pachinko (95.8%) también disminuyeron. Mientras tanto, los films (141.4%), Música (110.5%), Distribución por Internet (109.4%), Entretenimiento en vivo (129.5%) y en el extranjero (131.6%). El cine disfrutó de fuertes ventas gracias a la exitosa película de 2016 "*Your Name*" (*Kimi no Na wa*) dirigida y escrita por Makoto Shinkai.

2. THEORETICAL FRAMEWORK: STATE IN QUESTION

2.1. HISTORICAL EVOLUTION OF THE MODES OF PRODUCTION IN THE COMMERCIAL JAPANESE ANIMATION

Since the early 1990s, after the economic crisis caused by the collapse of the bubble economy in Japan, Japanese cultural products for entertainment experienced a considerable increase in exports (Daliot-Bul, 2009: 247). The image of Japan as a country defined by its powerful economy and its corporate identity began to be replaced by the image of a modern and youthful Japan,

Autor: María Martínez Pla

Tutor: Antonio Loriguillo López

known as Cool Japan. A Japan producer and exporter of cultural goods (anime and manga) was presented, which currently have an influence, as well as maintaining a close relationship between the transmedia sectors.

One of the most important animation producers in Japan, Toei Animation, was officially established in 1956. It brought together many active animators in the pre-war periods, and was inspired by the Disney studios. His influences were from his industrial methods of mass production to his aspiration to film realism (using full animation to generate realism in motion and multiplane camera to generate a sense of cinematic depth) to the use of legends and fairy tales as source material for his narratives, Toei aspired to be the "Disney of the East". His first animated full-length color production was, *The Legend of the White Snake* (Hakujaden, T. Yabushita and K. Okabe, 1958) and the animated film in color.

The president of Toei, Hiroshi Okawa, would make a sequence of films of animated animation, full animation and Disney's feature film. At that time, it would produce a profound change in the history of animation and there would be large productions not made to date. At that time, the influence of Disney films on Japanese production was noticeable. When *Snow White and the Seven Dwarfs* were released in Japan, it had a great impact because from then on it would work with colored cellophane.

The influences were notorious and one of the aims of Hiroshi Okawa was to become the "Disney of the East". An ambition that, in spite of everything, would always have its bases, style and personality. Even his "nemesis" Tezuka was inspired by Walt Disney, since he considered that the eyes so big in the characters allowed a greater expressivity. (Kelts, 2006: 42).

Although some of these characteristics were present in the animation of previous decades, the systematization of these characteristics differentiates Japanese animation. A different way of formulating the differences between the two streams of animation in Japan is to think of the Toei sequence as an animation style composed of the mimetic relationship between animation and cinema.

A clear example of limited animation are animations for television, such as the Hanna-Barbera productions. It is an American animation studio founded in 1957 by the directors of Metro-Goldwyn-Mayer, William Hanna and Joseph Barbera,

Autor: María Martínez Pla

Tutor: Antonio Loriguillo López

as H-B Enterprises, with which they dedicated themselves to the production of television commercials. "Ruff and Reddy" (W. Hanna and J. Barbera, NBC: 1957-1960) was the beginning of the legend of animation, thanks to its ability to generate cartoons with speed, economy, simplicity and great imagination at the end of the fifties of the twentieth century, when there was great demand for entertainment for the growing television entertainment, aimed at children and the whole family.

But limited animation as a set of techniques and visual style was initiated by United Production of America (UPA) in the late 1940s and was already being used in American television series such as Popeye (Crisler, E. 1960 and 1962). Syndicate, 1978 and 1988 by Hanna-Barbera Productions) or the Yogi Bear (Hanna-Barbera, 1958, NBC).

Television began broadcasting in Japan in 1953, but in the years 1960-64 they were the most important years for the penetration of television sets in Japanese homes. In 1960, 55 percent of households owned a television (Iwabuchi, 2002: 103); in 1964, television ownership had grown to 95 percent, due to the broadcast of the crown prince's wedding in 1959 and the 1964 Olympics (Kinsella, 2000: 30-31). This new television medium was essential for the development of the anime.

With the end of the Pacific War, the scarce government funding for animation had dried up and the main source of demand for animated short films also decreased because the theaters no longer displayed animated shorts or other types. The animators were left with little work or income. With the advent of television, the demand for commercials increased and this was a new source of employment. When television began broadcasting in Japan in 1953, it opened a new world for animators. The animation provided a much more stable and attractive image, perfect for advertising. The demand for television animation for commercials turned out to be a life support system for animation studios that were struggling financially in the 1950s. It also served to train a new generation of animators who would later be involved in the production of television series. Television animated in studios such as Mushi Pro, Otogi Pro and TCJ.

Although the quality of the animation changed thanks to television commercials, by using movement cycles, minimizing the number of drawings, it displayed a strong contrast between the characters in the foreground and the background drawings, and moved towards an animation style that pointed towards limited animation. This set of techniques of "limited animation" so criticized (Hui, 2006: 181), will become the most outstanding stylistic resource of animation. The precarious situation of the studios in front of the distribution channels will be evident at that time and will be exposed with the creation of the production committees that we will explain later.

After working for a time in Toei, the famous post-war manga writer Tezuka Osamu founded Mushi Production Studio in 1961 to develop his own animation work, something that had been his lifelong dream. And it was here, during the production of the television series Astroboy (Tetsuwan Atomu, Mushi Pro, Fuji TV: 1963-66), that the animation style now recognized as anime was developed for the first time. The limited animation style of Mushi Production differed from the full Toei or Disney animation in several ways.

First, it was completely distinct stylistically because of its wide use of static and extreme movement that are the basis of its dynamic action scenes and its humor, in its minimal use of the multiplane camera and the minimization of the depth sensation of the image, in his manga style character design, and in his serial narrative format. Second, it differed in its production schedule, producing weekly television episodes instead of annual or biannual large-scale productions. And third, it differed from Toei in its commercial base: it made extensive use of character marketing and relied on the creation of transmedia links (STEINBERG, 2012: 9).

In 1963, this mythical series was broadcast on Fuji TV, its creator Osamu Tezuka, began his career making pirate comics of Disney movies. However, their production had a low budget and they had to reduce costs. This led him to develop the animation techniques that relate to the Japanese style, such as moving only one arm while the rest of the character is left fixed, the repetition of the same resources over and over again or the use of only three movements for the mouth. Anime is a form of animation that uses several devices to save time and work. Another method to reduce costs was to minimize the frames, using

Autor: María Martínez Pla

Tutor: Antonio Loriguillo López

separate layers to move legs and arms, leaving the bodies fixed. This was usual in the fight scenes:

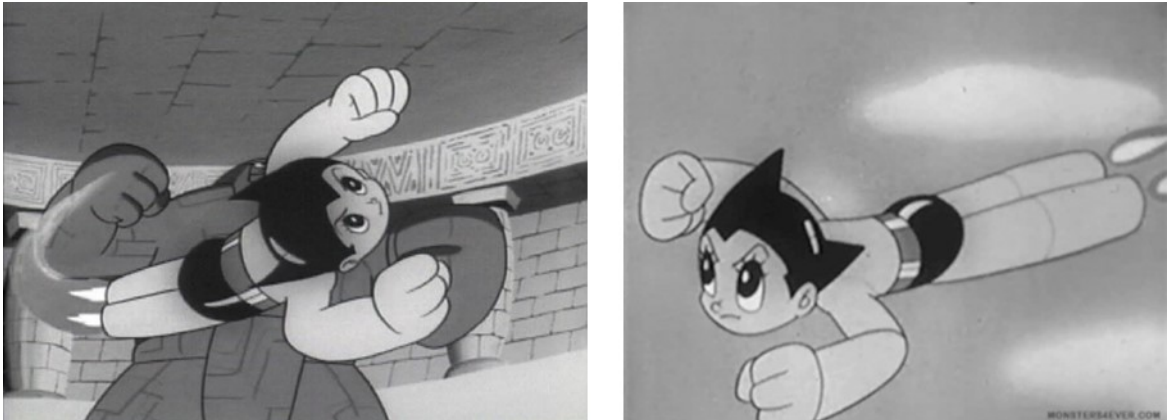


Fig. 1 and 2. Animation images Astroboy (1963).

In addition, the cuts were of three seconds so that the poverty of the animation was not noticed, even the stage slid to create the sensation of movement with zooms and panning on fixed images.

Despite the low budget, Tezuka managed to make the series profitable with toys and accessories, sales of his comics and a series of collectible stickers that came with some chocolates.

The business of Japanese animation has the rights to the characters usually belong to the author of the comic, and the benefits come from the sale of merchandise by the sponsors of the series and not the low budgets with which animations are made, this fact certain people call it "the curse of Tezuka". It consisted in lowering the costs to the minimum, so that Fuji TV bought Tezuka the series before other studios. He was determined to produce his series at all costs and presents a model that the *media-mix* will adopt around the production of animation. It set a production deficit standard, it translates into super-limited animation. Also, as a way to *media-mix*, the idea was to contact a toy maker to make toys before the series came out to recover that investment. By selling media or merchandising I managed to generate profits and deal with losses.

The business of Japanese animation has the rights to the characters usually belong to the author of the comic, and the benefits come from the sale of merchandise by the sponsors of the series and not the low budgets with which animations are made, this fact certain people call it "the curse of Tezuka". It

Autor: María Martínez Pla

Tutor: Antonio Loriguillo López

consisted in lowering the costs to the minimum, so that Fuji TV bought Tezuka the series before other studios. He was determined to produce his series at all costs and presents a model that the media-mix will adopt around the production of animation. It set a production deficit standard, it translates into super-limited animation. Also, as a way to *media-mix*, the idea was to contact a toy maker to make toys before the series came out to recover that investment. By selling media or merchandising I managed to generate profits and deal with losses.

Another case would be the Gainax study, which emerged from a science fiction club at the university, and spent 15 years having lost with the anime and receiving benefits from video games, figurines and other products. In 1995, they would launch the series *Neon Genesis Evangelion* (H. Anno, TV Tokyo: 1995), which had 26 episodes and a couple of movies. It was considered a great series and its appearance was related to that of the *Mecha Mobile Suit Gundam* franchise (Y. Tomino, Sunrise, 1979-), as a representation of how the fans exert a great influence in the markets, since after being canceled ten months because the children were not attracted to the series, but the teenagers attracted by the Gundam world did and focused the production of merchandising towards that sector, "[...] it was at this moment when the companies realized the importance of amateur activity," says Condry¹³.

Currently, Toei Animation since the beginning of the transmission in 2015 of *Dragon Ball Super* has grown exponentially in an economic way, for production and animation rights, such as merchandising and videogames (Bandai Namco). Generating 88.5 million dollars¹⁴ in 2017, according to ComicBook¹⁵.

2.2. ACTUAL CONDITIONS

Despite the fact that a good number of Japanese animation studios still maintain their own aspects of the traditional process of creation with acetates and paper, especially in the realization of backgrounds with pictorial techniques or in the

¹³ CONDRY, Ian. *The Soul of Anime: Collaborative Creativity and Japan's Media Success Story*, 2013.

¹⁴ 76.052.475 €

¹⁵ Macera, D. (2018). El comercio. <https://elcomercio.pe/economia/negocios/dragon-ball-super-dinero-genera-duenos-noticia-506735>

animation of characters frame by frame, the truth is that there is a combination between traditional animation and the use of some specific computer programs. Although practically all of its most current cartoons continue to respect the original design and aesthetics, without any doubt the graphic quality and fluidity of movement has grown thanks to the new image treatment programs. Nowadays animation colorists can work faster and provided with an infinite range of tones, more vivid and intense colors that are added to the frame with a single "click". There are the images rendered in *cel shading*¹⁶ or *toon shading*, more and more frequent in Japanese animation series (OVEN, 2013: 688).

Currently, the content consumed is developed from a multiplatform point of view made by several companies. This type of unions is called a committee. A clear example is the film *Akira* (1988), based on the work of Katsuhiro Otomo, who needed the help of several companies, whose group was called *Committe Akira*. Otomo would get funding through the *Akira Committee*, a consortium of large companies in the country united to take this macro-animation project forward (Bandai, Toho, Laserdisc Corporation, Kodansha, Mainichi Broadcasting System, TMS Entertainment, Hakuhodo Incorporated and Sumitomo).

The production committees are made up of animation studios, managers, television networks, sponsors, advertising agencies, distributors and music producers. As we can see in the following table, within the production committees a large company name collaborates in a single project:

Comité de Producción para "Arrietty"	
Studio Ghibli	Estudio Productor
Nippon Television	Cadena Televisiva
Dentsu	Agencia de Publicidad, Encargada del Merchandising
Hakuhodo DYMP	Agencia de Publicidad
Disney	Inversora, Distribuidora en Estados Unidos
Mitsubishi	Inversora
Toho	Distribuidora en Japón
Wild Bunch	Agente de Ventas Internacionales

Fig. 3. Example of Production Committee of the film *Arrietty* (H. Yonebayashi, Studio Ghibli, 2010) (Seik, 2017)

¹⁶ It is the use of real movement, or captured, as a reference to develop artistic animation.

This type of financing brings great benefits to investors, since they get 40% of the profitability, however, this model is becoming obsolete and is not beneficial for everyone. In addition, many animation directors agree on the "slavery" that results from the work of animator, since they work more than 10 hours of work with very low salaries (Seik, 2017).

This type of work situation affects to a greater extent the small studios, which do not make use of the production committees because they do not enjoy derisory benefits, which do not convince the investors that seek maximum profitability. In addition, Toshio Okada, co-founder of Gainax and former president, shared several opinions with director Yutaka Yamamoto, that the committees should stop being composed only of businessmen.

After the criticisms sent to Toei Animation by the poor animation of *Dragon Ball Super*, the precarious situation in which the Japanese animators are immersed was highlighted. JaniCA, Association of Creators of Animation of Japan, made a report on the current conditions of workers in the Japanese animation industry. In this survey in which 759 animators participated, whose result was that the average annual income was 1,000,000,000 ¥¹⁷, which means one 1,000 euros per month per person working an average of 11 hours per day.

The organization of animators, producers and supporters of the animation industry, alerts of the situation that lives the *anime* industry, since it is one of the largest in the country is key to its development. Even a part of this report collects proposals from the animators themselves to face the difficulties they face today, such as:

"I think it's a problem that despite the fact that now there is a better definition and things are more detailed, when paying creators, specifically artists, things have not changed at all. Each company has a very careless planning and a lot of time is lost, and that seems like a waste of funds. Also, the anime is being sent abroad so fast ... is not that one of the reasons why the next generation of artists is not getting the right experience? "

[Man, about 40, shooting]¹⁸

¹⁷ 7.600.000'00 €

¹⁸ JanicA Report (Association of Creators of Animation of Japan) 2015

Thomas Romain¹⁹, a foreign creative from the *anime* industry, published a tweet about the unsustainable situation of Japanese animation producers who work on a tight budget and an animator charges an average of \$ 40 per animation cut, about \$ 2 per drawing.

Job insecurity is one of the main problems of the Japanese animation industry. His system is outdated and he works systematically and against the clock, with long days of work for a meager salary. As Romain warns (LÓPEZ, 2015):

"The problem is that the Japanese *anime* industry is producing too much content (...). There are not enough qualified and experienced animators (...) The studios have no other option but to work with low-skilled animators, sometimes amateurs"

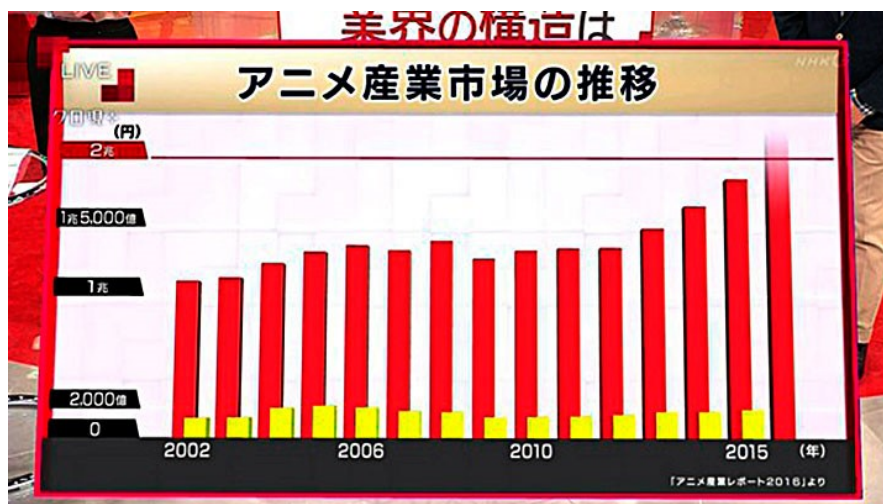


Fig. 4. This graph shows the increasing annual profit (red bars) in the *anime* industry until 2016. The yellow bars represent the percentage of profits received by animation studios. Joel Narváez (2017). [Graphic]. Rescued from <https://joelnarvaez.com/2017/06/11/largas-jornadas-malas-condiciones-trabajo-industria-anime/>

The benefits are considerably lower since the production committees maintain IP (Internet Protocol) licenses, such as merchandising and distribution rights.

However, some studies already put certain measures in place to prevent their workers from working too many hours, as is the case of the studio Polygon

¹⁹ CONDRY, Ian. The Soul of Anime: Collaborative Creativity and Japan's Media Success Story, 2013.

Pictures, a company focused on the creation of 3D animation, which turns off its lights at 22:00 to encourage its employees to go home²⁰.

²⁰ HazuStark (2017). Crunchyroll. <http://www.crunchyroll.com/anime-news/2017/06/08-1/un-programa-de-nhk-habla-de-los-problemas-financieros-y-laborales-de-la-industria-del-anime>

Japanese animation market trends in a broad sense (i.e. market size based on estimated revenues in animation and animation-related markets) (2002 - 2016)



Based on questionnaires conducted by the Association of Japanese Animations and other publicly available statistics

Fig. 5. Trends in the Japanese animation market in a broad sense (ie, market size is based on estimated revenues in the animation and animation-related markets) <2002 - 2016>. AJA 2017 report.

The graph above shows the trends of the Japanese animation market in a broad sense (that is, the size of the market is based on the estimated revenues in the markets of products related to animation). It is obvious that the animation market in a broad sense is abruptly larger than what is represented and affects many factors. This is because the businesses related to animation, including the commercialization of characters, have important leverage effects.

The market expands continuously, recording the highest sales for four consecutive years, while the size crossed the mark of 2 billion yen driven by sales abroad.

The Japanese animation market, which bottomed out in 2009 and rebounded in 2010, registered a growth of 7 consecutive years and reported its highest sales for the fourth consecutive year. The size of the market eventually exceeded 2 trillion yen, which was 110% per year. Sales of videogames decreased significantly (84.9%), and TV (98.8%), Merchandising (97.1%) and Pachinko (95.8%) also decreased. Meanwhile, films (141.4%), Music (110.5%), Internet Distribution (109.4%), Live Entertainment (129.5%) and abroad (131.6%). The cinema enjoyed strong sales thanks to the successful film of 2016 "Your Name" (*Kimi no Na wa*) directed and written by Makoto Shinkai.

3. METODOLOGÍA DEL TRABAJO

En este apartado vamos a desarrollar las bases de análisis sobre las que vamos a aplicar el análisis práctico posterior de la serie de *Dragon Ball Super*. Marcaremos los puntos de acción sobre los que actúa la actual animación y veremos cuáles son las directrices que siguen las series y cuales se aplican directamente sobre la serie elegida.

En la actualidad se requieren nuevos métodos para optimizar, mejorar y darle competitividad al servicio o producto que se desarrolla, y lo mismo pasa con la animación. A través de su historia han nacido regularmente nuevas técnicas para

Autor: María Martínez Pla

Tutor: Antonio Loriguillo López

la creación de obras. Los objetivos de estos avances fueron en su mayoría para abaratar costos o acortar tiempos de producción.

- En primer lugar, y cómo hemos mencionado anteriormente, la animación se nutre de distintos estilos para su producción. Uno de ellos, la animación limitada es la que pretende no hacer una representación fiel del movimiento sino más bien sólo utiliza los fotogramas necesarios para dar ese efecto de movimiento. Sin embargo, esto no ocurre con Disney o Toei, que utilizan el método *full-animation*, donde se emplean entre doce y dieciocho fotogramas por segundo.

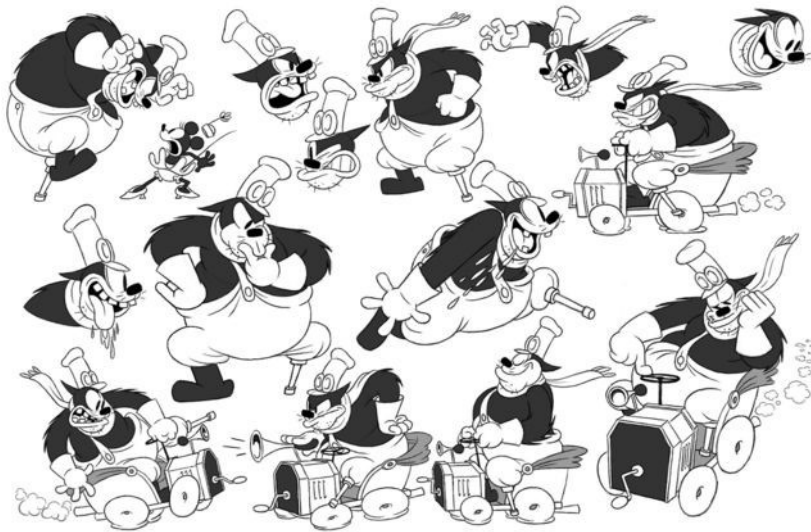


Fig. 6. Animación completa Disney. [imagen] Rescatado de: <https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcRGI2gMoql-UhR8-Dn27dKlh-WbWEIcuf6bZ1NUoSQtRUHphJLWUw>

- Con la reconfiguración de la animación para el medio televisivo se orientó a la reducción de costes de producción, con la presencia notoria de patrocinadores, aplicación de la animación limitada y cambio de rutinas.
- Como hemos dicho ya anteriormente, con la emisión de *Astroboy* de Osamu Tezuka en 1963, empezaría la era para un nuevo tipo de animación. Tezuka es el principal impulso de la adaptación del manga en serie animada para la televisión y también es el promotor de los *media-mix* entorno al *anime*.

- La transformación creativa experimentada en los *anime* de los últimos años ha originado la consideración de la animación japonesa como una mezcla de la animación limitada y la completa (Lamarre, 2008: 132).

La técnica más característica fue la técnica del “Money Shot”, que consiste en trabajar con animación limitada y utilizar animación más elaborada para enfatizar escenas. De hecho, las técnicas propias del *anime* consisten en dar la sensación de que la animación es más elaborada de lo que realmente es.

- Luego podemos encontrar otro tipo de técnicas como el uso de imágenes estáticas para los fotogramas fijos, donde se utiliza sobre todo con el plano/contraplano o en planos de situación de exteriores.
- Por otro lado, vemos los *Pull-cells*, que da sensación de movimiento mediante el desplazamiento de una capa sobre otra, que es el fondo.
- Otro método utilizado es la repetición, creando *loops* de movimiento, o la fragmentación de la acción, muy presente en *Astroboy*, donde solo se animan las extremidades que realizan algún movimiento únicamente, lo demás pertenece estático.

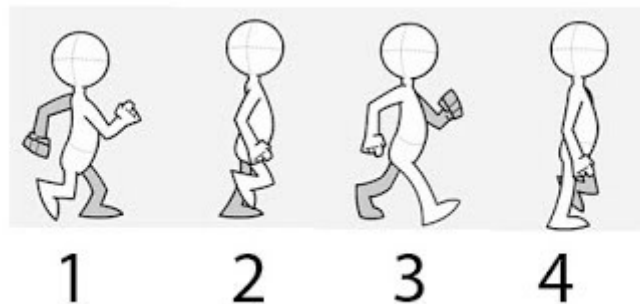


Fig.7. Ejemplo *Loop* de movimiento. [Imagen] .Rescatado de: <https://sites.google.com/site/plegraphicdesign11/taller-animacion?tmpl=%2Fsystem%2Fapp%2Ftemplates%2Fprint%2F&showPrintDialog=1>

- También cuentan con la técnica de banco de celdas donde se almacenan celdas para luego usarlas en otro momento de la animación. Y por último,

la utilización de corta duración de los planos (Short cut), donde observamos una sucesión rápida de planos sobre un objeto fijo.

- También es frecuente el uso de repeticiones en la series para agilizar el trabajo y la utilización del medio digital ha facilitado esto en gran medida. Con las repeticiones nos referimos a la inclusión de las mismas escenas en diferentes episodios o fotogramas, evitando lo tedioso de volver a dibujar la escena.
- Los desplazamientos del encuadre simulan el movimiento de una cámara. Este recurso es muy utilizado en las series de animación japonesa. Ayuda a incorporar movimiento a imágenes que son totalmente estáticas. Estos planos reproducen un movimiento tipo travelling lateral para crear una panorámica o bien un “travelling de recorrido” con el fin de mostrar la imagen al completo.

La adecuada selección de recursos posibilita que la mayor parte de la animación se desarrolle con un modelo que combina animación en “doses” y en “treses”, que permite construir un movimiento elegante, con un ritmo adecuado.

- Un recurso común en el *anime* actual es la utilización del “trade-off”. Con esta técnica los personajes pasan a tener una apariencia básica y simple, haciendo que se incremente el número de fotogramas y así, la posibilidad de crear escenas muy rápidas, que dan lugar a un movimiento mucho más fluido, suave y expresivo, que en el resto de la animación.

Todos los recursos están pensando en el ahorro de tiempo y costes a la hora de animar. En la actualidad la rotoscopia es una técnica más en el mundo de la animación japonesa, utilizada sobretodo en algunos fragmentos de animación que precisan de mucho movimiento.

Algunos especialistas ya apuntan a la industria de la producción de *anime* en Japón está siendo sobreexplotada y saturada. Solo importan los beneficios y las ventas, lo cual hace que se pierda el control sobre el arte, la originalidad y calidad en las creaciones de contenidos.

En los primeros trazos de la animación, el método tradicional para lograr movimiento facial, consistían en dibujar el propio rostro reflejado en un espejo e

Autor: María Martínez Pla

Tutor: Antonio Loriguillo López

imitar las poses que necesitaban representar. Más tarde, con las películas de Disney, se descubrió que era más sencillo utilizar fotografías y fotocopias. Este método era el llamado rotoscopia, mencionado anteriormente. Ofrecía a primera vista un resultado extraño y poco natural, pero cuando descubrieron las imágenes “rotoscopiadas” el resultado adquiría mucha más calidad cuando eran posteriormente tratadas dichas expresiones.



Fig. 8. Animación rotoscopiada. Manuela Manrique (2017) [Captura] Rescatada de: <http://manueliatafashion.blogspot.com/2017/>

Con los años y los avances técnicos y tecnológicos, la producción de animación ha creado movimientos más fluidos y expresiones más detalladas. Con las técnicas 3D o la animación C.G. (generada por ordenador), los animadores tienen una gran multitud de herramientas para la creación y animación. Una de las técnicas más avanzadas es la captura de movimiento, donde actores simulaban gestos con puntos de referencias por todo el cuerpo conectados a un sistema digital de registro de movimiento. Aunque con la tecnología *Kinect*, ya no se hacen necesario estos puntos, ya que la cámara registra cualquier desplazamiento entiempos real.

4. ANÁLISIS PRÁCTICO

4.1. HISTORIA DE TOEI

Toei Animation fue fundada en julio del 1948 por Sanae Yamamoto y Kenzo Masaoka, bajo el nombre de Japan animated films (Nihon Dōga Eiga). En 1956 el estudio sería comprado por la compañía Toei company (corporación nipona dedicada a la producción y distribución de cine y televisión), otorgándole así el nombre Toei Doga (siendo “doga” la palabra japonesa para “animación”). No

Autor: María Martínez Pla

Tutor: Antonio Loriguillo López

sería hasta 1998 que el nombre del estudio pasaría a ser Toei Animation. La palabra “toei” proviene del antiguo nombre de esta compañía: Tōkyō Eiga Haikyū. El gato del logo es el Gato Pero, el protagonista de la adaptación que hizo el estudio de la historia del Gato con botas en 1969.

En 1958 produciría “Hakujaden” (The tale of the White serpent), la primera película de animación a color, un año antes que “La bella Durmiente”. Era una época donde no había muchas series de animación televisada, por eso, la primera serie, “Ken, the wild boy” (1963-1965), que lanzaron fue un éxito entre los más jóvenes.

Esta productora es una de las más importantes de Japón y goza de gran renombre. Este estudio fue uno de los impulsores del género *magical girl*²¹, con la animación de *Mahōtsukai Sally* (“Sally, la bruja”, 1966). Además, no solo se quedaron ahí, también dieron los primeros pasos para el género *mecha*²², con *Mazinger Z* (1972).



Fig. 9. Posters de algunas de las animaciones de Toei. Antonio Sánchez-Migallón. (2016). [Imagen]. Rescatado de <https://www.hobbyconsolas.com/noticias/toei-animation-libros-recopilatorios-su-mejor-shonen-shojo-139758>

²¹ “Shōjo”, es el término japonés para nombrar al género orientado para un público femenino, entre 12-18 años. (HERNÁNDEZ, 2017; 62)

²² Mecha es una adaptación de los términos *mechanical* o *mechanism* y designa a la temática de género “shōnen” que incluye robots. (Levi, 1996; 85)

A partir de los años 70, se extendió el uso de la televisión en todos los hogares nipones, y por ello, Toei aumentó la producción de series. A principios de los 80 harían su primera adaptación de un manga de Akira Toriyama con *Dr. Slump* (1981) y seis años más tarde adaptaría *Dragon Ball*, y ese mismo año estrenarían también *Saint Seiya* (Caballeros del Zodíaco).

En el 90 lanzarían uno de los *animes* del género *magical girl* más importante, *Bishōjo Senshi Sērā Mūn* (Sailor moon), de gran éxito en Japón y a nivel mundial. En la actualidad podemos ver que siguen en emisión *animes* como *One piece* y *Dragon Ball Super*, además de que están preparando la tercera temporada de *Sailor Moon Cristal*, remake de la mítica serie *Sailor Moon*. Con todo ello, se ha convertido en una de las productoras de animación más importantes e influyentes de las últimas décadas.

4.2. La franquicia animada de *Dragon Ball*

4.2.1. Interacciones animadas previas

Sin embargo, la alarma de la precariedad se encendió a partir de la repercusión que tuvo la crítica del público y en las redes sociales sobre la estrenada animación de *Dragon Ball Super*. La saga *Dragon Ball* (Fuji TV: 1986-1989) ha sido muy querida por los fans desde que se estrenó el primer episodio del *anime* en el 1986. Desde su estreno en Fuji TV el 26 de febrero, contó con hasta cuatro compañías diferentes colaborando en la animación bajo la producción de Toei. Posteriormente, en 1989 aparecería *Dragon Ball Z* (D. Nishio, Fuji TV: 1989-1996), contando la historia de Goku de adulto. Toei optó por mantener a los mismos estudios de animación para esta producción. El gran éxito de la serie tuvo un gran tirón económico que el estudio quiso aprovechar y produjo la serie *Dragon Ball GT* (O. Kasai, Fuji TV: 1996), que no satisfizo a los fans. No será hasta 2009, con motivo del 20 aniversario que aparecería una nueva versión revisada de *Dragon Ball Z, Kai* (Fuji tv: 2009-2011), remasterizada, en alta definición, sin relleno y regrabando las voces originales. Pero la precariedad de las productoras de animación que les afectó en 2011, hizo que se cancelara tras la finalización de la saga de Célula.

4.2.2. *Dragon Ball Super*

En julio de 2015 se emitiría en televisión la mítica serie *Dragon Ball Super*, esperada por muchos miembros de la cultura fan²³. En ella, podíamos encontrar fotogramas como estos, donde aparece el personaje de Goku totalmente desfigurado:



Fig. 10. Episodio de *Dragon Ball Super*, donde aparece Goku peleando contra Bills, el Dios de la destrucción. El Popular.pe. (2016). [Captura]. Recuperado de <http://www.elpopular.pe/actualidad-y-policiales/2016-01-20-dragon-ball-super-akira-toriyama-explota-contra-toei-animation>

Tras este hecho y las numerosas críticas, incluso del mismísimo autor Akira Toriyama, la productora ha mejorado la imagen de la animación y ya no vemos o al menos no en tan gran medida, el poco cuidado por la representación animada de los personajes de la serie.

4.2.3. *Resultados*

La animación nipona no siempre puede mantener su máxima calidad en todas sus escenas o episodios, y esto ocurrió *Dragon Ball Super*. Tras la necesidad de abaratar costes en la producción la famosa productora Toei Animation, produjo

²³ “Fan” viene del término “fanatic”, que según la RAE (Real Academia Española) es un “entusiasta de algo”. Pero con los estudios culturales realizados, una aproximación está enfocada hacia una percepción en la cual, estos individuos se apropian del significado de textos mediáticos, los cuales transforman en una experiencia que enriquecen con la participación cultural (GRANDIO, 2009:44).

su nueva animación de la serie animada tan popular con alguna polémica en 2015. Todo empezó en uno de los primeros episodios de la serie televisiva donde se podía observar la lucha entre Goku y Bills, dios de la destrucción. Como podemos ver en esta escena de este episodio hay una pérdida notable en el cuidado de los detalles y el dibujo, con figuras deformes y poco definidas:





Fig. 11, 12 y 13. Pelea de Goku contra Bills. Capítulo 5. (2017). [Captura]

El capítulo #01x05 *Kaiō-sei no kessen! Gokū VS Hakaishin Birusu* (T. Iwai, Fuji TV: 2015), vemos como el dibujo de Bills con un trazo muy poco detallado y vemos el cambio a mejor con el transcurso de los episodios. Sin embargo, este hecho se arregla tras las notables críticas recibidas por parte de los fans de la serie. Y por este hecho, se han creado innumerables memes como este:



Fig. 14. Meme de la lucha de Goku contra Bills. (2015). [Captura] Rescatado de <http://www.elpopular.pe/espectaculos/2015-08-10-dragon-ball-super-con-memes-se-burlan-del-quinto-capitulo>

Esto podría deberse al uso de la técnica antes mencionada del “trade off” donde la simplificación del trazo y los detalles mejoran la fluidez del movimiento de las peleas, sin embargo la pérdida de calidad en ese caso es muy evidente e incluso puede resultar hasta ridícula.

Sin embargo, a partir de este episodio de la serie hay un cambio notable en la consecución del dibujo y, tras su estreno, en Blu-ray consiguieron enmendar todos los errores cometidos por la falta de tiempo y presupuesto:

Autor: María Martínez Pla
Tutor: Antonio Loriguillo López

Precariedad de la animación comercial japonesa contemporánea: el caso de Toei Animation



Fig. 15. Reedición del capítulo emitido con mejor calidad. Nakoko. (2016). [Captura]. Rescatado de <http://nakoko.com/resena-dragon-ball-super-arco-de-bills/>

Pero no todo es malo, tras el cambio vemos trabajos de gran calidad, para el especial de la lucha de Goku y Jiren del #06x33 *Goku ni Semaru Saikyo no Teki! Ima Koso Hanate! Hisassu no Genki-Dama!!* (R. Nakamura y T. Naganime, Fuji TV: 2017), el *anime* ha contado con Yuya Takahashi y Naotoshi Shida, los dos mejores animadores de Toei Animation e incluso Tadayoshi Yamamuro ha participado en las correcciones.



Fig. 16. Vegeta ilustrado por Yuya Takahashi de gran calidad. Redacción EC. (2018) [Captura] Rescatado de <https://elcomercio.pe/tvmasseries/dragon-ball-super-mejor-peor-animacion-fotos-noticia-499378?foto=10>

Precariedad de la animación comercial japonesa contemporánea: el caso de Toei Animation



Fig. 17. Animación de la lucha entre Goku y Jiren de gran calidad en los detalles. (2017) [Captura]

Y no solo vemos el cambio en el trazo del dibujo, los detalles y la calidad, sino también en el uso del color. Ya no son colores tan planos, más propios del estilo noventero de sus predecesoras en la franquicia, ya que el uso de las sombras es más detallado y da profundidad, texturas y dramatismo (HORNO, 2013:202). La calidad es altamente notable, con una buena consecución del dibujo y el buen uso de los contrastes.

Esta mejora va acompañada de otros usos de los recursos de la animación que sirven para abaratar los costes de producción y también los tiempos de realización ya que se trabaja contrarreloj para sacar un episodio de forma semanal.

Los códigos de organización de la imagen también son relevantes, como los ángulos, el montaje, el encuadre y la composición los planos. Estos elementos no son captados por el espectador sino que son visualizados en el contexto narrativo. Los encuadres lejanos subrayan el conjunto de la situación o quieren mostrar un ambiente, por otro lado, los cercanos enfocan la atención en los detalles relevantes, personas y objetos.

Los encuadres suelen estar saturados de diferentes estímulos como puede ser el color, líneas, formas, para que el espectador tenga que poner todos sus sentidos en el seguimiento de la narración. Además, uno de los atractivos de la

Precariedad de la animación comercial japonesa contemporánea: el caso de Toei Animation

animación es la agilidad con la que se mueve la cámara dentro de la imagen. Los movimientos rápidos crean una imagen dinámica, cuando los planos se aceleran y se superponen hacen que se tense la narración y el espectador centre así más su atención.

En este caso tenemos los desplazamientos de encuadre presentes en la mayoría de animaciones. Estos simulan el movimiento de una cámara multiplano y ayudan a añadir un mínimo de movimiento a las imágenes estáticas. Sirven para descubrir la escena o mostrar a un personaje. Ayuda a ahorrar tiempo y coste, y además refuerza la narración.

También vemos en la serie el uso de repeticiones, tanto en escenas como en dibujos como podemos ver en la imagen siguiente donde el mismo fotograma se usa para distintos episodios de la serie:

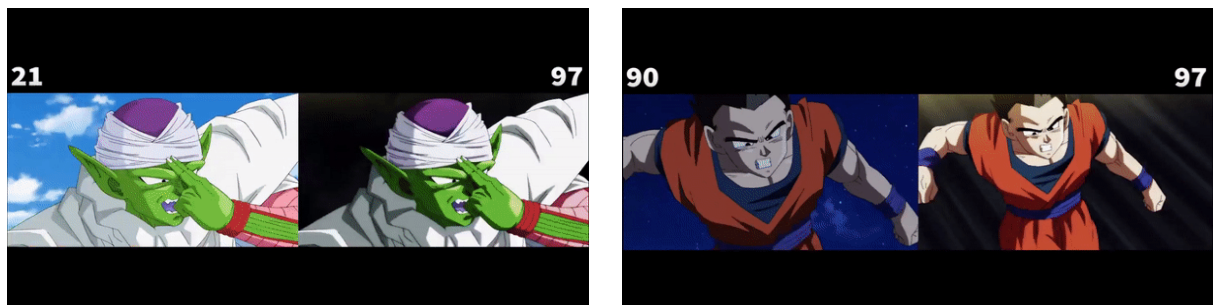


Fig. 18 y 19. Capturas de repetición de fotogramas de distintos episodios 21 y 97, 90 y 97. Fuente: Quintero (2017).

Este recurso es muy usado por la falta de tiempo y la necesidad de agilizar los plazos tan apretados, ya que los animadores suelen trabajar en varios trabajos de forma simultánea. Es una reutilización de recursos que resulta muy cómodo y ahorra costes y tiempo.

4.2.4 Discusión

Hayashida²⁴, productor *anime* que ha supervisado el último largometraje de la franquicia y *Kai*, afirmó en una entrevista, que los animadores responsables de las escenas peor tratadas en los episodios eran unos principiantes. Era nuevo personal que acababa de empezar a trabajar a un elevado nivel industrial y esto

²⁴ Anime News Network (2016). Interview. Recuperado de <https://www.hobbyconsolas.com/noticias/dragon-ball-pasado-presente-futuro-franquicia-138812>

Precariedad de la animación comercial japonesa contemporánea: el caso de Toei Animation

implica que sus destrezas estén en continua evolución. El productor afirma que son buenos animadores y no comprende por qué se arremete contra ellos hasta tal grado, que la crítica que han recibido es exagerada, tan solo porque se han subido a la red malas secuencias de vídeo, no pueden condenar a todo un producto completo tan solo por unas escenas.

Esto se debe también a la subcontrata, mencionada en los apartados anteriores, que se someten las empresas de producción para realizar las obras. Externalizan la elaboración de obras a empresas externas, y cada compañía y animador trabaja de una forma distinta y, obviamente, a un distinto nivel. Los animadores más jóvenes en el sector y con menos experiencia ofrecerán su trabajo a un precio mucho más austero que los grandes profesionales.

En este sentido Toei Animation quería beneficiarse de una producción un poco más económica con nuevos animadores y esto consiguió que se destapara todo el conflicto, tras la mala animación del episodio 5. Y no solo eso, también podemos apreciar en la visualización de los capítulos de la serie de *Dragon Ball Super* presentes algunos de los elementos de las técnicas de animación que utilizan actualmente las productoras para reducir los costes de la creación de sus obras.

A continuación, tenemos una tabla que representa un resumen de todos los elementos usados en los episodios de la serie analizada:

Técnicas de animación	DRAGON BALL SUPER
Animación limitada	✓
Repeticiones	✓
Movimiento digital o capturado	✓
Fondos retocados	✓
Sombreado automático	✓
Edición digital	✓
Desplazamientos de encuadre	✓
<i>Trade off</i>	✓
<i>Pull-cells</i>	✓

Precariedad de la animación comercial japonesa contemporánea: el caso de Toei Animation

Fig. 20. Tabla que representa las características presentes en el anime *Dragon Ball Super*. [Tabla].

Con ello podemos ver que la animación es una producción de reducción de costes continua, incluso en los *animes* de éxito y en las productoras más importantes, como es en este caso de *Dragon Ball*. Y que contiene la mayoría de recursos para el abaratamiento máximo de la producción y minimizar los tiempos de trabajo, algo muy frecuente en las animaciones ya que se trabaja semanalmente para la producción de cada episodio.

5. CONCLUSIONES Y FUTUROS DESARROLLOS DE LA INVESTIGACIÓN

En nuestra aproximación, nos hemos interesado en observar cómo la producción actual de animación japonesa. Tras el análisis y evaluación de los resultados, hemos podido observar que la situación de la animación actual está pasando por serios problemas y requiere de cambios estructurales significativos para salir de la actual precariedad en la que se encuentra.

El *anime* es una industria joven y continúa desarrollándose hoy en día con diferentes influencias externas. Los animadores nipones, a diferencia de animadores que trabajan en otras industrias, trabajan con un tiempo excesivamente limitado. Esto hace que tengan varios problemas en sus condiciones laborales. Ya que sus bajos salarios y su excesivo ritmo de trabajo afectan personalmente, e incluso pueden llegar a pasar factura profesionalmente.

Esta tendencia puede relacionarse con una reciente epidemia en Japón: el *karoshi*, muerte por exceso de trabajo, que afectó en 2015 el número de víctimas alcanzaba las 2.310, según el Ministerio del Trabajo en Japón y de acuerdo con el Consejo Nacional en Defensa de las Víctimas de *Karoshi*, la verdadera cifra puede llegar a las 10.000 víctimas anuales²⁵.

²⁵ GORVETT, Zaria (2016). *Qué es el "karoshi", la muerte por exceso de trabajo que en Japón es un problema de salud pública*. BBC Capital.

Precariedad de la animación comercial japonesa contemporánea: el caso de Toei Animation

Más allá de las posibles relaciones con una realidad socioeconómica determinada, y a pesar de esta producción “low cost”, la animación está especializada y enfocada a la venta comercial, se trata de un producto centrado en el consumidor final, que se expande en los formatos audiovisuales existentes en la actualidad en el mercado. La reducción de tiempos en las etapas de producción hace que los directores no puedan apenas revisar y evaluar el producto final que va a salir en antena, por lo que analizar adecuadamente el trabajo realizado durante el proceso de animación y la calidad se termina viendo afectado. La industria se vuelve precaria por la necesidad de no tener pérdidas y llevar a la ruina de la compañía. Al tener que sacar beneficios de otros lados, como el apuntado caso del merchandising, vemos que las producciones como tal no reportan el beneficio necesario para sobrevivir, y ni eso te garantiza la supervivencia. Solo pueden esperar que sea un gran éxito para poder lucrarse con los juguetes, proposiciones, especiales, eventos, y todo un repertorio de paratextos comercializados para poder recuperar al menos la inversión en la creación. Lo peor de todo, es que esto ya ocurría desde los inicios de la animación y es algo que no se ha solucionado desde entonces, sin embargo, yo confío en que con el tiempo y los cambios culturales el sector dé un giro, y no sólo se arriesgue a la hora de producir títulos.

Esta investigación está limitada por futuros cambios que deben acontecer para que el sector dé un salto y mejore tanto en condiciones laborales como en condiciones económicas y de producción. La búsqueda de información fue parte del problema, puesto que las páginas de consulta oficiales estaban en japonés y los documentos fiables en inglés. Incluso centrar el tema y resumir fue arduo por la complejidad del tema de estudio, sobretodo en cuanto a historia y marco teórico se refiere, por su extensión.

De todas maneras, el sector ya se está moviendo y ciertos animadores de renombre hacen plausible los problemas actuales por los que están pasando y son conscientes de la necesidad de cambios. Critican esta situación y la hacen visible, ahora solo falta que encuentren soluciones antes la problemática presentada.

Quizá una de las soluciones sea alargar los tiempos de producción y tener más cuidado a la hora de elaborar obras audiovisuales. Las animaciones ganarían en calidad, mejoraría el estrés de los trabajadores que tendrían más tiempo para realizar la obra y cuidarían los detalles, y habría tiempo a revisar el resultado final del producto. Sin embargo, esto incurriría en un gasto extra y poco favorable para esta industria tan precaria que necesita conseguir beneficios externos a la creación animada.

5. CONCLUSIONS AND FUTURE DEVELOPMENTS OF THE RESEARCH

In our approach, we have been interested in observing how the current production of Japanese animation. After the analysis and evaluation of the results, we have been able to observe that the situation of the current animation is going through serious problems and requires significant structural changes to get out of the current precarious situation in which it finds itself.

Anime is a young industry and continues to develop today with different external influences. Japanese animators, unlike animators who work in other industries, work with an excessively limited time. This causes them to have several problems in their working conditions. Since their low salaries and their excessive pace of work affect personally, and can even come to invoice professionally.

This trend can be related to a recent epidemic in Japan: the *karoshi*²⁶, death from overwork, which affected in 2015 the number of victims reached 2,310, according to the Ministry of Labor in Japan and according to the National Council in Defense of the Victims of *Karoshi*, the true number can reach 10,000 victims per year.

Beyond the possible relationships with a certain socioeconomic reality, and despite this "low cost" production, the animation is specialized and focused on commercial sales, it is a product focused on the final consumer, which expands in the formats audiovisuals currently in the market. The reduction of

²⁶ GORVETT, Zaria (2016). What is the "karoshi", the death from overwork that in Japan is a public health problem. BBC Capital.

Precariedad de la animación comercial japonesa contemporánea: el caso de Toei Animation

times in the production stages means that the directors can't just review and evaluate the final product that will be broadcast on air, so analyzing the work done during the animation process and the quality ends up being affected. The industry becomes precarious because of the need to have no losses and lead to the ruin of the company. When having to take profits from other sides, such as the targeted merchandising case, we see that the productions as such do not report the benefit necessary to survive, and even that does not guarantee survival. You can only expect it to be a great success to be able to profit from toys, propositions, specials, events, and a whole repertoire of commercialized paratexts in order to recover at least the investment in creation. Worst of all, this has been happening since the beginning of the animation and is something that has not been solved since then, however, I trust that with time and cultural changes the sector will take a turn, and not only take a risk when producing titles.

This research is limited by future changes that must happen in order for the sector to make a leap and improve both in working conditions and in economic and production conditions. The search for information was part of the problem, since the official consultation pages were in Japanese and the reliable documents in English. Even focusing the topic and summarizing it was arduous because of the complexity of the subject of study, especially in terms of history and theoretical framework, because of its extension.

In any case, the sector is already moving and certain renowned entertainers make plausible the current problems they are going through and are aware of the need for changes. Criticize this situation and make it visible, now only need to find solutions before the problem presented.

Perhaps one of the solutions is to lengthen production times and be more careful when producing audiovisual works. The animations would gain in quality, it would improve the stress of the workers who would have more time to do the work and take care of the details, and there would be time to review the final result of the product. However, this would incur an extra and unfavorable expense for this very precarious industry that needs to obtain external benefits to the animated creation.

6. BIBLIOGRAFÍA

ÁLAMO, José. *Artículo: Sobrevivir en la industria del anime*, Koi-nya, 14 Agosto 2015, [online] Disponible en: <https://www.koi-nya.net/2015/08/14/articulo-sobrevivir-en-la-industria-del-anime/> [Consulta: 06/02/2018]

CARABAÑA, Carlos. *El manga busca primero la pasión, los beneficios vienen luego*. Yorokubu. 2 abril 2013. Disponible en: [online] <https://www.yorokubu.es/el-manga-busca-primero-la-pasion-los-beneficios-vienen-luego/7/?offset=25> [Consulta: 25/03/2018]

Dragon ball TV, Anime News Network, the internet's most trusted *anime* news source. [online] Disponible en: <https://www.animenewsnetwork.com/encyclopedia/anime.php?id=17006> [Consulta: 17/06/2018]

EdgarWMJ. #OTAKU101 "LA INDUSTRIA DEL ANIME EN JAPÓN PARTE 1: LA PRODUCCIÓN DE ANIME", RetornoAnime, 31 Agosto 2016, [online] Disponible en: <http://www.retornoanime.com/otaku101-la-industria-del-anime-en-japon-parte-1-la-produccion-de-anime/> [Consulta: 22/02/2018]

GORVETT, Zaria. *Qué es el "karoshi", la muerte por exceso de trabajo que en Japón es un problema de salud pública*. BBC Capital. 9 octubre 2016. [online] Disponible en: <http://www.bbc.com/mundo/vert-cap-37391172> [Consulta: 10/06/2018]

GRANDIO, Maria del Mar. *Audiencia, Fenomeno Fan Y Ficción Televisiva El Caso de Friends*. LibrosEnRed, 2009 - 240 páginas. [PDF]

HERNÁNDEZ-PÉREZ, Manuel, *Manga, anime y videojuegos: Narrativa cross-media japonesa*, Prensas de la Universidad de Zaragoza, 2017, ISBN: 8416933367, 9788416933365, 268 páginas.

HORNO LÓPEZ, Antonio. (2013) *La era digital del anime japonés*. Historia y Comunicación Social. Universidad de Granada. Vol. 18 nº Especial Octubre. Págs. 687-698. [PDF]

Precariedad de la animación comercial japonesa contemporánea: el caso de Toei Animation

HORNO LÓPEZ, Antonio. *La era digital del anime japonés*. Universidad de Granada. Historia y Comunicación Social. Vol. 18 N° Especial Octubre. 2013. Págs. 687-698. [PDF]

HORNO LÓPEZ, Antonio. *Animación Japonesa. Análisis de series de anime actuales*. Universidad de Granada. Dibujo-Diseño y Nuevas Tecnologías. 2013. [PDF]

HORNO LÓPEZ, Antonio. *El arte de la animación selectiva en las series de anime contemporáneas*. Universidad de Granada. Facultad de Bellas Artes. [PDF]

Iwabuchi, K., 2002. *Recentring globalization: popular culture and Japanese transnationalism*, Durham: Duke University Press.

Juego de Esclavos: El fin de los comités de producción, Animo, 01 Agosto 2017, Disponible en: https://aminoapps.com/c/anime-es/page/blog/juego-de-esclavos-el-fin-de-los-comites-de-produccion/WJnc_XuL10v20M4a58eRLeJKWmvpJKE [online] [Consulta: 19/02/2018]

Kinsella, S., 2000. *Adult manga: culture and power in contemporary Japanese society*, Richmond, Surrey: Curzon.

LÓPEZ MARTÍ, Álvaro. *El anime, herido de muerte*. El peso del aire, 26 Agosto 2015, disponible en: <http://www.elpesodelaire.com/2015/08/el-anime-herido-de-muerte.html> [Consulta: 13/03/2018]

MACERA, Daniel. *Dragon Ball Super: ¿Cuánto dinero genera?* El Comercio. 26 marzo de 2018. [online] Disponible en: <https://elcomercio.pe/economia/negocios/dragon-ball-super-dinero-genera-duenos-noticia-506735> [Consulta: 20/06/2018]

MASUDA; SUDO; RIKUKAWA; MORI; ITO; KAMEYAMA. *Anime Industry Report 2017*. January 2018. The Association of Japanese Animations. Tokyo. [PDF] Disponible en: <http://aja.gr.jp/>

Precariedad de la animación comercial japonesa contemporánea: el caso de Toei Animation

Nekonobiiru. *Ser animador en Japón: sueldos bajos y muchas horas de trabajo*, 5 mayo 2015, Disponible en: <https://nekonobiiru.com/2015/05/ser-animador-en-japon-sueldos-bajos-y-muchas-horas-de-trabajo/> [Consulta: 18/03/2018]

PÉREZ, Diego. *Cómo se levantó la economía de Japón de las bombas atómicas*, Dinero en imagen, 6 Agosto 2017. [online] Disponible en: <http://www.dineroenimagen.com/2017-08-06/89471> [Consulta: 07/03/2018]

QUINTERO, Paulo. *El cuestionado reciclaje de animación en Dragon Ball Super*. 4 julio 2017. Mouse. [Online] Disponible en: <http://mouse.latercera.com/el-cuestionado-reciclaje-de-animacion-en-dragon-ball-super/> [Consulta: 14/04/2018]

SÁNCHEZ-MIGALLÓN, Antonio. *Dragon Ball - El pasado, presente y futuro de la franquicia*. HobbyConsolas. 5 marzo 2016. [online] Disponible en: <https://www.hobbyconsolas.com/noticias/dragon-ball-pasado-presente-futuro-franquicia-138812> [Consulta: 16/06/2018]

SANTOS MARTÍNEZ, Clara J. *Análisis audiovisual y publicitario actuales*. Visión Libros. 2013. Madrid. ISBN: 978-84-15965-92-3

STEINBERG, Marc. *Anime's Media Mix: Franchising Toys and Characters in Japan*. University of Minnesota Press. Minneapolis. London. 1977. ISBN: 978-0-8166-7550-0 [PDF]

Toei Animation || 7 Décadas en la industria, Amino, 2017; [online] https://aminoapps.com/c/anime-es/page/blog/toei-animation-7-decadas-en-la-industria/Rrgc_wu1xP4IJ0gLXv1owZM3P31eX1J [Consulta: 11/02/2018]

ZORRILLA, Mikel. *Por todo esto 'Dragon Ball' sigue siendo el anime más importante de la historia 31 años después*. 3 Junio 2018. Xataka. [online] Disponible en: <https://www.xataka.com/cine-y-tv/dragon-ball-30-aniversario-del-anime> [Consulta: 15/06/2018]

Precariedad de la animación comercial japonesa contemporánea: el caso de Toei Animation

Anime

Toriyama, A. (productor). (1986). Dragon Ball [serie de televisión]. Japón: Toei Animation

Toriyama, A. (productor). (1989). Dragon Ball Z [serie de televisión]. Japón: Toei Animation

Toriyama, A. (productor). (1996). Dragon Ball GT [serie de televisión]. Japón: Toei Animation

Toriyama, A. (productor). (2015). Dragon Ball Super [serie de televisión]. Japón: Toei Animation

Kuramada, M. (productor). (1985). Seinto Seiya [serie de televisión]. Japón: Toei Animation

Toriyama, A. (productor). (1981). Doctor Slump [serie de televisión]. Japón: Toei Animation

Tezuka, O. (productor). (1963). Astroboy [serie de televisión]. Japón: Mushi Production

Kobayashi, N.; Sugiyama, Y. (productor). (1995). Neon Genesis Evangelion [serie de televisión]. Japón: Gainax

Takeuchi, N. (productor). (1992). Sailor Moon [serie de televisión]. Japón: Toei Animation

Otomo, K. (productor). (1988). Akira [film]. Japón: TMS Entertainment

ANEXO

Curriculum Vitae del autor/a:

María Martínez Pla esta graduada en Comunicación Audiovisual en la Universidad Jaume I de Castellón de la Plana. Técnico Profesional de Grado Superior en Administración y Finanzas en el instituto Lluís Simarro La Cabra de Xàtiva.

Finalista en el Festival de cortos de Cinema Negre de Castellón. Ha participado en un evento de Kiwis Zespri como fotógrafa. Posee un curso de Protocolo de EADE Consulting J.E.; Curso Contratos, Nominas y SS del Instituto de Formación de Estudios Sociales UGT y un Curso Photoshop medio-avanzado del LABCOM UJI.

Ha realizado sus prácticas de final de grado en la Televisión autonómica “La Ocho Mediterráneo”.

Actualmente está trabajando en el extranjero.