

ESPACIOS DE IMÁGENES DEL ANIME: WALTER BENJAMIN Y LAS POLÍTICAS DEL CONSUMO

ANIME'S IMAGE SPACE: WALTER BENJAMIN AND THE POLITICS OF ANIMATION PRODUCTION

RESUMEN

Este artículo analiza los estudios del *anime* contemporáneo y cómo se cruzan con el pensamiento político del filósofo y crítico Walter Benjamin (1892-1940). A través de un examen de los escritos de Benjamin sobre arte y política, junto con la teoría crítica de la producción y el consumo de *anime*, este ensayo destaca los potenciales políticos radicales de la creación de imágenes de *anime* para el público. Revisando las prácticas específicas de producción, distribución y consumo de *anime*, y la teoría contemporánea que las rodea, se argumentará que los escritos de Benjamin sobre la política del arte pueden ayudarnos a apreciar mejor estas prácticas y sus ramificaciones políticas. Estos rasgos aludidos incluyen la composición de imágenes planas, la mezcla de medios de *anime*, inmovilidad en la animación limitada, y prácticas de consumo otaku. Este ensayo termina con ejemplos de la franquicia más grande de *Neon Genesis Evangelion* para mostrar el pensamiento político de Benjamin en acción.

ABSTRACT

This article examples contemporary *anime* scholarship and how it intersects with the political thought of philosopher and critic Walter Benjamin (1892-1940). By examining Benjamin's writings on art and politics alongside critical theory of *anime* production and consumption, this essay highlights the radical political potentials of *anime* image making for audiences. By examining specific *anime* production, distribution, and consumption practices, and the contemporary theory surrounding them, this article argues that drawing from Benjamin's writings on the politics of art can help us better appreciate these practices and their political ramifications. Specific practices examined include the flat composition of images, *anime* media mix, limited animation's stillness, and otaku consumer practices. This essay ends with examples from the larger *Neon Genesis Evangelion* franchise to show Benjamin's political thought in action.





JACQUELINE RISTOLA

CONCORDIA UNIVERSITY, MONTRÉAL,
MEL HOPPENHEIM SCHOOL OF CINEMA (CANADÁ)

Jacqueline Ristola es Doctoranda en estudios de cine e imagen en movimiento en la Universidad de Concordia, Montreal. Máster en estudios de Cine y Medios de la Universidad de York en 2017, donde también recibió un Diploma de Posgrado en Estudios Asiáticos del Centro de Investigación Asiática de York. Sus áreas de investigación incluyen estudios de animación / *anime*, estudios de la industria de los medios y teoría *queer*. Tiene Ha realizado publicaciones en *Animation Studies Online Journal* y el libro *Representation in Steven Universe* (Palgrave, 2020). Es miembro de Global Emergent Media Lab and the Platform Lab at Concordia University.

PALABRAS CLAVE:

Anime, producción, consumo, otaku, Walter Benjamin, estudios de anime.

KEY WORDS:

Anime, production, consumption, otaku, Walter Benjamin, anime studies.

DOI:

<https://doi.org/10.4995/caa.2021.15086>

Introducción

Este ensayo es una exploración teórica de los modos de producción del *anime* en relación con los escritos de Walter Benjamin. Aunque respecto al trabajo de Benjamin pueda parecer un enfoque poco convencional, este ensayo ilustrará cómo sus teorías sobre el arte y su modo de producción crean nuevas formas de pensar sobre la tecnología, ayudándonos a comprender mejor los potenciales revolucionarios de las tendencias de producción en el *anime*. Los conceptos de Benjamin también marcan una ruptura dentro del discurso actual en los estudios de animación, a la vez que motivan una conversación entre Benjamin e intervenciones teóricas claves en el campo de los estudios del *anime*, en particular, las obras de Thomas Lamarre, Marc Stein-

berg, Toshio Okada, y Hiroki Azuma. Mientras que los estudios de animación tienden a fetichizar las tradiciones norteamericanas de animación, que enfatizan un estilo de realismo a través del movimiento en profundidad y la animación fluida de los personajes, las obras de Benjamin ayudan a revelar las posibilidades revolucionarias que tiene el *anime* como forma de animación y como forma cultural. Al relacionar a Benjamin con los estudios del *anime*, quedan en claro los intereses políticos que son posibles en las formas particulares de creación de imágenes del *anime*. Este ensayo termina con un análisis de la franquicia *Neon Genesis Evangelion* (Hideaki Anno, 1995-) para demostrar el pensamiento benjaminiano en acción.

01

Capas de interacción en los modos de producción

A modo de introducción, esta sección reúne los escritos de Benjamin sobre la producción cultural revolucionaria junto con las teorías contemporáneas sobre la producción del *anime*, para revisar de qué forma invitan al público a participar activamente con la obra de arte.¹

En “¿Qué es el teatro épico?” (2016 [1939]), Benjamin describe cómo el teatro épico, del cual el dramaturgo Bertold Brecht fue un pionero, intenta acortar la brecha entre autor y público. Benjamin hace notar que “el escenario sigue sobrelevado, pero ya no surge de profundidades



Fig. 1. El final de la serie de *Neon Genesis Evangelion*. Guion gráfico del personaje Asuka con la nota de producción “retroceder.”

¹ El término “producción cultural revolucionaria” se refiere a la teoría de Benjamin de que la cultura y sus formas pueden inspirar pensamientos y energías revolucionarias.

insondables: se ha convertido en un podio” (p. 56). Para Benjamin, el arte revolucionario no solo necesita contenido revolucionario, sino que las formas mismas del contenido también necesitan serlo, revolucionando el aparato artístico. Benjamin expande esta idea en “El autor como productor” (2016 [1934]: 28-29), donde explica:

De ahí la importancia de anteponer la determinación productiva: incitará, primero, a otros productores a producir y, luego, les pondrá a su disposición un aparato productivo mejorado. Y este aparato será siempre mejor cuanto más incite a los consumidores a convertirse en productores, cuanto más propicie que lectores y espectadores se conviertan en colaboradores.

En síntesis, Benjamin imagina un aparato cultural mejorado que invita al espectador a participar activamente en la obra. En lugar de una relación unidireccional entre la creación y el consumo, el escenario, y más ampliamente, el medio y su aparato de producción, éste se abre para que el público participe directamente con el productor y así convertirse en colaboradores en la producción textual a través de los modos activos de consumo.

Mientras usa el ejemplo de teatro épico, el análisis de Benjamin es susceptible de entrar en relación con los estudios del *anime* contemporáneo, generando así nuevos modelos de colaboración del consumidor con animaciones de hoy. La descripción de Benjamin de un medio abierto la interacción de la audiencia es similar a la tendencia actual del *anime* abierta a formas alternativas que discurren los espectadores. Sin embargo, para hacer esta conexión, el resto de esta sección profundizará en el análisis de Thomas Lamarre sobre los métodos de producción particulares de la imagen del *anime*.

Discutir la producción del *anime* significa discutir sobre tecnología. Como describe Lamarre (2009: xxiii),

central to this inquiry into the material and perceptual specificity of *anime* is the animation stand, a fairly simple apparatus for stacking celluloid sheets, which allows animators to introduce layers into the image.²

Esta superposición de láminas de celuloide produce una “internal editing of image, which is commonly called compositing.” (ibídem, xxiv, con cursiva en el original).³ Al examinar las tendencias particulares de composición de las imágenes del *anime*, Lamarre afirma que la visualidad de su modo de producción abre un espacio para que el espectador participe activamente en su creación. Lamarre establece el término *animetismo* (*animetism*), para referirse a estas tendencias. En este sentido, Lamarre explica, “characteristic of *animetism* is the separation of the image into multiple planes. The result is a multiplanar image” (ibídem, 6).⁴ La imagen *multiplanar* es el término clave de Lamarre para pensar al *animetismo*, poniendo el acento en los procesos de producción específicos que están ocurriendo en la producción del *anime*: la superposición específica de las capas de celuloide.

Para Lamarre, los métodos de distribución de las capas en la imagen multiplanar tienen el potencial para producir formas alterativas de espectador. Este ensayo se centra en uno de los tres métodos descritos por Lamarre: composición plana. Composición plana es un método de distribución de capas que convierten por completo en planos los espacios de la imagen del *anime*, eliminando cualquier jerarquía entre las capas para producir una “superplanar image, that is, an image in which all the planes appear on the surface” (ibídem,

206).⁵ La imagen producida por el aplanamiento de estas capas que forma lo que Lamarre llama un “distributive field” (ibídem, 306), sin un orden fijo y, por lo tanto, sin un punto de vista fijo.⁶ En el ensamblaje igualitario de las capas de las imágenes, el *anime* necesita un espectador activo en su percepción.

Estas formas de composición contrastan con los estilos de animación norteamericanos que enfatizan el realismo a través del movimiento fluido de los personajes y la ilusión de movimiento dentro de un espacio tridimensional. Tal realismo crea una perspectiva lineal y cartesiana que tiende a enfatizar un binario creador/consumidor, mientras que las tendencias visuales del *anime* crean una perspectiva del espacio que no es newtoniana ni cartesiana, interrumpiendo un pensamiento netamente binario. Paradójicamente, a pesar de la proclividad del *animetismo* para aplanar capas en formaciones superplanas, hay una producción del espacio por parte del espectador de *anime* que desmonta y reensambla estas capas sin jerarquía alguna, construyendo su propia posición.⁷

En la teorización de la imagen en movimiento, Lamarre crea el término de *la máquina anime (the anime machine)* para describir cómo el *anime* se relaciona con y concibe a la tecnología. En síntesis, el término de Lamarre permite pensar sobre el

modo de producción del *anime* también. Mientras Lamarre hace la distinción entre la máquina *anime* (los múltiples procesos implicados en la creación de *anime*) y el aparato (la tecnología física del soporte de la animación), estos están íntimamente vinculados, ya que la máquina *anime* es, de alguna manera, una extensión del aparato. Sin embargo, el soporte no es una fuerza determinista, sino más bien una fuerza de influencia indeterminada, lo que Gilles Deleuze y Félix Guattari (1983: 89-90) llaman *subdeterminación*. En vez de definir distintas etapas productivas de *anime*, Lamarre asevera que “there is a machine before and after the apparatus or technology of the animation stand, a machine underlying and prolonging the force that arises where multiple planes of the image meet with movement” (2009: 304).⁸ En otras palabras, la máquina *anime* funciona más allá del aparato de la animación para dar forma a sus imágenes. De forma similar al aparato descrito en el ensayo de Benjamin, “El autor como productor”, el *anime* es un dispositivo que transforma a los consumidores en colaboradores. La máquina *anime*, respecto a la tecnología de la producción (el soporte de la animación) como a los aspectos extra-físicos de la producción (tendencias estéticas), es una máquina heterogénea que también transforma a los consumidores en colaboradores que, en lugar de ser espectadores pasivos, toman sus propias posiciones como sujetos.

² “el soporte de la animación tiene una centralidad fundamental en esta investigación sobre la especificidad material y perceptual del *anime*; el soporte es un aparato bastante simple para superponer láminas de celuloide, permitiendo a los animadores introducir capas en la imagen.” (trad. a.).

³ “edición interna de imagen, que comúnmente se llama *composición*” (trad. a.).

⁴ “la característica del animetismo es la separación de la imagen en múltiples planos. El resultado es una imagen multiplanar” (trad. a.).

⁵ “imagen superplanar, es decir, una imagen en la que todas las capas aparecen en la superficie.” (trad. a.).

“campo distributivo” (trad. a.).

⁶ El espectador de *anime* puede denominar más apropiadamente al usuario aquí, ya que el espectador se vuelve

⁷ activo en el análisis de la interfaz de imágenes. Para obtener más información sobre el *anime* como interfaz, ver Lamarre 2009: xvi.

“hay una máquina antes y después del aparato o de la tecnología del soporte de la animación; es una máquina que

⁸ subyace y prolonga la fuerza que surge cuando múltiples planos de la imagen se encuentran con el movimiento” (trad. a.).

02

Repensar el consumo: agencia de audiencia, animación limitada y ensamblajes *otaku*

Hasta ahora, este ensayo ha descrito cómo los procesos de producción del *anime* se abren paso en la creación de espectadores activos. En las siguientes tres secciones, este ensayo se enfocará en la aplicación de una lectura benjaminiana al consumo de *anime* para ilustrar algunas de las tendencias más radicales presentes en las prácticas de consumo contemporáneas.

2.1. Agencia de audiencia en la mezcla expandida de medios

Al igual que Lamarre examina cómo el *anime* invita a generar audiencias activas en lo que respecta a su consumo, la obra de Marc Steinberg examina cómo el *anime* funciona con audiencias activas. Steinberg produce un análisis complementario en el que llama *la mezcla de medios* (*media mix*) al modelo de negocio central del *anime*:

The media mix refers to the quotidian, ubiquitous, and industrially ingrained habit of turning books into moving images and vice versa. Within the media

mix, one content is transformatively ported to another platform, with each media incarnation used as advertisement for another, potentially fueling a virtuous circle of consumption that props up the entire franchise (2017: 92).⁹

En pocas palabras, cada pieza de una franquicia (por ejemplo, una película, un programa de televisión, una novela ligera, un videojuego, un manga, etc.) invita a que más consumidores conozcan la franquicia, a la vez que da publicidad a los otros medios. Como en toda ecología de medios, las industrias de medios producen redes vastas de medios interrelacionados, y los consumidores participan activamente en tales redes. Estos ensamblajes de mercancías conecta con la teoría de Lamarre sobre *vista explosionada* (*exploded projection*), que se examinará a continuación.

Lamarre usa el concepto de vista explosionada para examinar cómo los fans del *anime* —*otaku*— pueden ver *anime* en términos de ensamblajes. Vista explosionada es un término que se usa a menudo en manuales de tecnología para mostrar todas

⁹ La mezcla de medios se refiere al hábito cotidiano, ubicuo, e industrialmente arraigado de convertir libros en imágenes en movimiento y viceversa. Dentro de la mezcla de medios, un contenido se transfiere de manera transformadora a otra plataforma, con cada encarnación de los medios utilizada como publicidad para otra plataforma, potencialmente alimentando un círculo virtuoso de consumo que apuntala toda la franquicia." (trad. a.).

¹⁰ "estructuralmente, la vista explosionada no postula una posición del espectador unificado a la manera de perspectiva desde un punto de fuga; no implica una ventana al mundo. Es un diagrama que muestra cómo se puede desmontar o armar algo" (trad. a.).

¹¹ "Esta "libertad" (freeness) no es la del sujeto moderno clásico, el agente racional y trascendente asociado con la perspectiva desde un punto de fuga, la cámara oscura, y una ventana renacentista al mundo. Esta "libertad" otaku se mueve hacia una articulación de pensamientos y acciones dentro de las redes de medios —como preocupaciones focales— donde las líneas de visión reemplazan las posiciones de visualización." (trad a.).

las piezas de un dispositivo en un solo plano, donde diferentes objetos se aplanan en una imagen en vista explosionada; como tal, Lamarre nota que un efecto similar sucede con el *anime*. Lamarre argumenta que el *anime* proporciona alternativas a los modelos normativos de espectadores y es, en particular, una alternativa a la perspectiva cartesiana. Lamarre concluye que “structurally, the exploded view does not posit a unified viewing position in the manner of one-point perspective; it does not imply a window on the world. It is a diagram that shows how something can be taken apart or put together” (2009: 140).¹⁰ Esta habilidad para desmontar o armar imágenes es una posición de que se abre a los espectadores de *anime*, y en particular, a los otaku.

Los comentarios de Lamarre sobre la vista explosionada conecta con la libertad de los espectadores *otaku* para ensamblar imágenes:

This “freeness” is not that of the classical modern subject, the rational and transcendent agent associated with one-point perspective, the camera obscura, and the Renaissance window on the world. This otaku “freeness” moves toward an articulation of thoughts and actions within media networks — as focal concerns — wherein lines of sight replace viewing positions (ibídem, 128).¹¹

Este tipo de capacidad para ensamblar también es aplicable a vista explosionada de la mezcla de medios del *anime*, donde una franquicia, a través de su “proliferación en una serie de mercancías y su producción de sujetos consumidores” (Steinberg, 2012: 7), forma un ensamblaje de mercancías culturales que no es jerárquico. Sintéticamente, la mezcla de medios de *anime* funciona como una forma de medios explosionada.

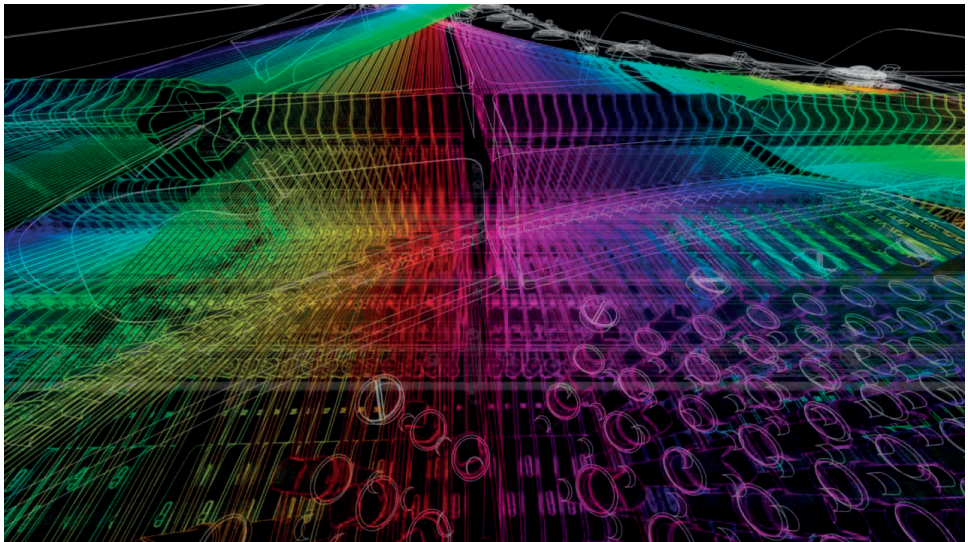


Fig. 2. Avance de la película *Evangelion: 3.0 You Can (Not) Redo*. Cuenta con un renderizado de un piano. Las diferentes piezas del piano son de colores y algo transparentes, lo que permite que el espectador pueda ver todo el aparato.

Para reutilizar el concepto de Lamarre, la mezcla de medios de *anime* forma un campo distributivo de mercancías culturales, donde se abren las relaciones de consumo. Una parte de la relación ampliada de la mezcla de medios implica lo que Ian Condry (2013: 2) llama “creatividad colaborativa” (*collaborative creativity*), un proceso esencial para el *anime*, que opera en todas las “media industries and connects official producers to unofficial fan production.”¹² Mientras Condry examina la producción de fans, el análisis de Steinberg ilustra cómo incluso los elementos oficiales del campo distributivo de *anime*, como los juguetes, están contruidos activamente por sus consumidores. En referencia a Benjamin, Steinberg nota, por ejemplo, la alegría de los niños, y que el juego de niños emplea cualquier objeto como juguete. En una inversión de lo que normalmente podríamos esperar, “the more a toy is based on resemblance or imitation, the less room there is for imaginative play” (Steinberg, 2012: 112).¹³ Estas energías creativas construyen activamente elementos de la mezcla de medios y son de alguna manera lo que impulsa su forma. En síntesis, Condry y Steinberg articulan formas de relacionarse que no son jerárquicas en la industria de *anime* y los espacios diversos para la interacción de consumo activo.

2.2. Animación limitada: la movilización de inmovilidad en la mezcla de medios

Tan esencial como es la mezcla de medios para la vista explosionada, lo es el espacio entre fotogramas de animación limitada para la imagen del *anime*. Mientras que la animación completa exhibe un estilo realista de animación fluida de los personajes, el estilo de *anime*, que a menudo usa la quietud, contrasta directamente con esta tradición. Los personajes de *anime* están frecuentemente inmóviles, o sus movimientos son desiguales, exagerados,

o incluso inexistentes. En resumen, hay espacios entre los fotogramas que la animación tradicional completa llenaría con movimiento. La frase “animación limitada” se usa a menudo para describir *anime* porque, a diferencia de la animación completa a la que la mayoría de los consumidores están acostumbrados, la animación limitada parece restringida. Pero la imagen no está completamente inmóvil; más bien, el movimiento de personajes se basa en patrones de inmovilidad. Steinberg escribe sobre la quietud de la imagen del *anime*, y argumenta que tal quietud en realidad permite mayor movimiento a través de la circulación de la mezcla de medios. Steinberg llama a esta producción de movimiento basada en la quietud *inmovilidad dinámica* (*dynamic immobility*), ya que la quietud de la imagen del personaje le permite “*anime* to forge connections with toys, stickers, chocolates, and other media commodities, developing the media mix and its modes of consumption that are so essential to *anime*'s own commercial success —and survival” (2012: 7).¹⁴ Esta inmovilidad dinámica de los personajes, en lugar de ser un impedimento, es esencial para “the operational power of media connectivity” (ibídem, 36),¹⁵ movilizándolo a la mezcla de medios desde la quietud. En resumen, Lamarre y Steinberg movilizan el concepto de quietud para ilustrar el potencial productivo en la creación de imágenes de *anime*.

Tal animación limitada genera un espacio para la participación activa del espectador de otra manera, la imagen multiplanar. Lamarre (2009: 9) llama a los espacios entre las capas de composición en la imagen animada el *intervalo animético* (*animetic interval*). Ese intervalo es “a gap between layers of the image or between images that unfold serially across media forms” (Steinberg, 2012: 6),¹⁶ y es fundamental para que el *anime* atraviese estos medios. El intervalo animético, la brecha entre fotogramas en la composición de la animación,

también crea un espacio para la interacción de los espectadores. La animación limitada produce un “sense of a space without a preestablished frame of reference” (Lamarre, 2009: 162).¹⁷ Este es especialmente evidente en la imagen multiplanar, mientras “full animation of characters works to mask the *animetic* interval that becomes palpable with the multiplanar image” (ibídem, 190).¹⁸ El realismo de la animación completa promueve un involucramiento diferente por parte de los espectadores, posiblemente menos activo que la animación limitada de la imagen multiplanar.

Aunque el *anime* evita típicamente tanto el movimiento en profundidad como la animación fluida de los personajes, provoca paradójicamente formas de movilidad a través de la animación limitada, que solo son posibles a través de los espacios que generan para el espectador, convirtiendo al consumidor en un colaborador esencial en la construcción activa de la movilidad de la imagen de *anime*. La máquina *anime*, que crea espacio para los espectadores y les invita a un proceso colaborativo, está finalmente animada por estas energías colectivas.

2.3. Ensamblajes *otaku* en los espacios de *anime*

Para seguir discutiendo sobre los espacios que el *anime* crean en sus imágenes, y

descubrir sus potenciales revolucionarios, nos fijaremos ahora en el ensayo de Benjamin “El Surrealismo: La última instantánea de la inteligencia europea” (2012 [1929]), donde Benjamin investiga cómo las nuevas formas del arte de masas, por ejemplo, el cine, crearon nuevas relaciones táctiles con las imágenes, dando lugar a lo que llamó *espacio de imágenes* (*Bildraum*). Un espacio de imágenes crea espacios para cuerpos, donde los límites entre el individuo, el cuerpo, y la imagen se disuelven hasta el punto en que “ningún miembro quede ahí sin desgarrar” por el proceso (Benjamin, 2012 [1929]: 717). La imagen forma un colectivo corporal que está organizado por la tecnología. Este proceso produce un *espacio de cuerpos* (*Leibraum*), “a space in which the inner experience is turned inside out, the corporeal individual shares a collective body without being subsumed under it [...] a sphere where an emancipated technology gives rise to a post-humanist, techno-anthropological community of loosened, unworked individuals sharing a collective body” (Khatib, 2014: 7).¹⁹ Como los espacios de imágenes y los cuerpos se interpenetran, los espacios hacen posible una “inervación corporal colectiva” (Benjamin, 2012 [1929]: 718), la encarnación de unas cargas de energía colectiva que tienen el potencial para convertirse en una “descarga revolucionaria” (idem). Junto a unas formaciones subjetivas radicalmente nuevas, los espacios de imágenes y los cuerpos del cine

¹² “industrias de medios y conecta productores oficiales con la producción no oficial de fans.” (trad. a.).

¹³ “cuanto más se basa un juguete en el parecido o la imitación, menos espacio hay para el juego imaginativo” (trad. a.). “al *anime* forjar conexiones con juguetes, pegatinas, chocolates, y otras mercancías de medios, desarrollando así la mezcla de medios y sus modelos de consumo que son tan esenciales para el éxito comercial del *anime* — y su supervivencia” (trad. a.).

¹⁵ “el poder operativo de la conectividad de medios” (trad. a.).

¹⁶ “una brecha entre capas de la imagen o entre imágenes que se despliegan en serie a través de distintos medios” (trad. a.).

¹⁷ “sentido de un espacio sin un marco de referencia preestablecido” (trad. a.).

¹⁸ “la animación completa de personajes funciona para enmascarar el intervalo animético que se vuelve palpable con la imagen multiplanar” (trad. a.).

¹⁹ “un espacio en el que la experiencia interior sale hacia fuera, donde el individuo corpóreo comparte un cuerpo colectivo sin estar subsumido por este cuerpo [...] una esfera donde una tecnología emancipada da lugar a una comunidad post-humanista y tecnoantropológica de individuos sueltos sin moldear que comparten un cuerpo colectivo” (trad. a.).

también ofrecen nuevos modos de percepción con su imagen tecnológica (Hansen 1999: 323).²⁰ Como Miriam Hansen explica, este concepto de Benjamin “is nothing less than an assault on the regime of central perspective and, along with it, a reconfiguration of boundaries that had traditionally divided —and hierarchized— subject and object, vision and body, individual and collective, human and mechanical” (2012: 93).²¹ En síntesis, Benjamin afirma que, a través de la imagen tecnológica (como el cine), se vuelve posible la formación radicalmente nueva de sujetos. Tales cuerpos colectivos se vuelven posibles en el *anime* también. A través de una examinación de contribuciones clave de los estudios de *anime*, está claro que el *anime*, en su rechazo a la perspectiva lineal, produce un espacio de imágenes similar, uno que aplanar la relación jerárquica de creador/ consumidor y crea nuevas subjetividades colaborativas.

La creación del *anime* de nuevas subjetividades de colaboración ha sido explorada por pensadores como Toshio Okada y Hiroki Azuma, quienes detallan el proceso colaborativo y creativo de los fans del *anime* (*otaku*) que logran al participar en proceso productivo del *anime*. Okada es tanto crítico cultural como productor, ya que es cofundador del estudio de *anime* Gainax. Mientras que el fervor *antiotaku* estaba en su apogeo a principios de la década de 1990, Okada fue una voz crucial que defendía la validez y el valor de la cultura *otaku* (Okada, 2015). Okada observa cómo las nuevas tecnologías de producción y consumo del *anime* crean un nuevo modo de percepción, que él llama *visión otaku* (*otaku vision*). Okada explora la historia de las interacciones de los *otaku* a la vez que emergían nuevas tecnologías del consumo, como por ejemplo el VCR. Estos dispositivos revolucionaron al espectador, ya que “fans began to grapple with the *anime* image as a production with multiple layers, as a field dense in information”

(Lamarre, 2009: 145).²² Para Okada, estas nuevas formas del consumo no estaban basadas en la narrativa, sino más bien en relación con los procesos de la producción del *anime*, concluyendo que los “otaku present an evolution in human perception” (ibídem, 144).²³ Es así que Okada asegura que uno de los rasgos definitorios del *otaku* es “an evolved visual sensibility” (Saitō, 2011: 13).²⁴ El espacio de imágenes de la máquina *anime* producen la visión utópica de Benjamin sobre las tecnologías de las imágenes en movimiento: formaciones radicalmente nuevas de sujetos que resultan en nuevas formas de percepción. La distinción entre el productor y el consumidor comienza a disolverse, como el cuerpo colectivo *otaku* se moldea y es moldeado por la máquina *anime*.

El cuerpo colectivo del *otaku* es también teorizado por el crítico cultural Hiroki Azuma. Mientras Okada se concentra en cómo la tecnología de la máquina *anime* inspira nuevas formas de percepción, Azuma centra su análisis en términos de los modos específicos de la producción de fans. Influenciado por su experiencia traduciendo la obra de Derrida, Azuma argumenta que Japón se ha convertido en una nación completamente posmoderna, donde los grandes relatos han sido reemplazados por una gran base de datos abierta de iconos y tropos. Más que modelos del consumo cerrado, para Azuma “consumers today construct databases of their favorite character elements, disassembling and reassembling the characters in new and creative ways” (Lamarre, 2009: 258).²⁵ Estos “assemblage[s] of affective elements” (Azuma, 2007: 183),²⁶ Azuma las llama *consumo de base de datos* (*database consumption*), haciendo hincapié en que con estos ensamblajes, los *otaku* realizan producciones secundarias que desarrollan “a kind of sociality” (ibídem, 185).²⁷ Azuma llama a este “new mode of cultural reception [. . .] ‘animalization’” (ibídem, 176).²⁸ La idea de público colaborativo de Benjamin se

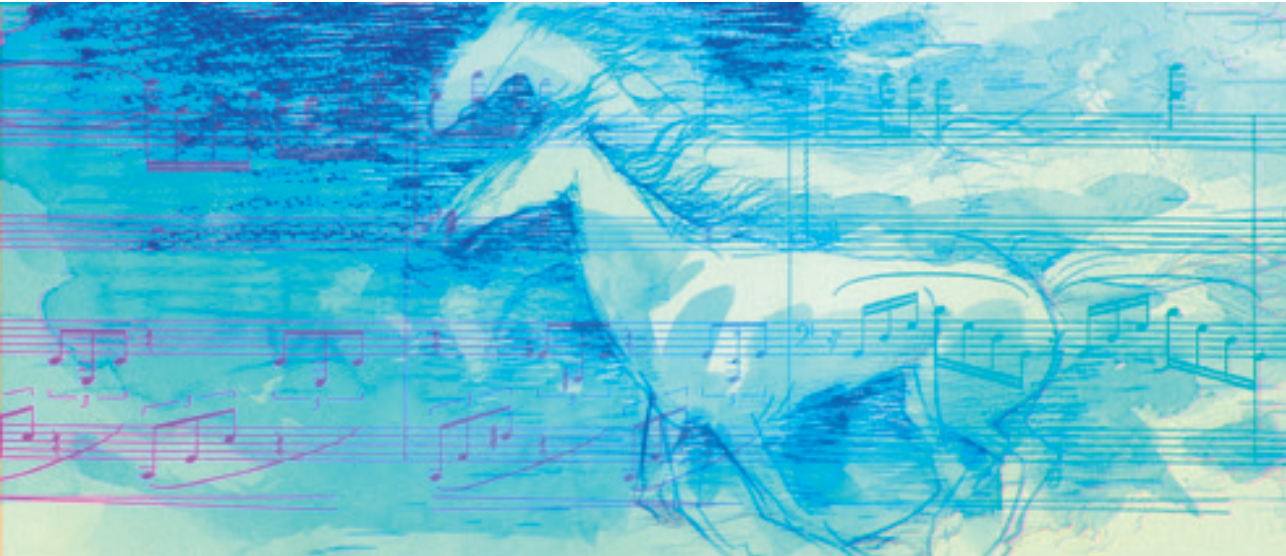


Fig. 3. *Evangelion: 3.0 You Can (Not) Redo*. Imágenes de diferentes capas de notación musical y caballos pintados se fusionan en una imagen superplanar, negando una posición única de visualización e invitando a la audiencia a contrastar su propia imagen.

hace notar en la obra de Azuma, que explora el “consumer who actively intervenes in received commodities” (2007: 187).²⁹ Como el *anime* elimina la jerarquía en la imagen, los *otaku* entran en el espacio de imágenes para crear, colaborativamente, uno que reconfigura los textos culturales del capitalismo mercantil. A la manera de Brecht, que “logró transformar la conexión

funcional entre escenario y público, texto y representación, director y actor” (Benjamin, 2016 [1934]: 30), el *anime* crea espacio de imágenes para los *otaku*, habilitándolos a alterar radicalmente las relaciones entre productor y consumidor, rompiendo jerarquías y fomentando la colaboración.

²⁰ En aras de la simplicidad, cuando me refiero al “espacio de imágenes” en el resto de este ensayo, me refiero a este proceso de desarrollo del espacio del imágenes y cuerpos.

²¹ “es nada menos que un asalto al régimen de perspectiva central y, junto con eso, una reconfiguración de los límites que tradicionalmente habían dividido — y jerarquizado— sujeto y objeto, visión y cuerpo, individuo y colectivo, humano y mecánico” (trad. a.).

²² “los fans comenzaron a lidiar con la imagen del anime como una producción con múltiples capas, como un campo denso en información” (trad. a.).

²³ “los *otaku* presentan una evolución en la percepción humana” (trad. a.).

²⁴ “una sensibilidad visual evolucionada” (trad. a.).

²⁵ “los consumidores hoy construyen base de datos de las características de sus personaje favoritos, desmontando y ensamblando los personajes de formas nuevas y creativas” (trad. a.).

²⁶ “ensamblaje[s] de elementos afectivos” (trad. a.).

²⁷ “una especie de sociabilidad” (trad. a.).

²⁸ “modo nuevo de recepción cultural [...] ‘animalización’” (trad. a.).

²⁹ “consumidor que interviene activamente en los productos recibidos” (trad. a.).

03

Caso de estudio: la mezcla de medios de *Neon Genesis Evangelion*

Hasta ahora, este ensayo ha sido en gran parte teórico, poner el pensamiento de Benjamin en conversación con el campo de los estudios del *anime* para pensar críticamente a través de la imagen del *anime*, su modo de construcción, y las ramificaciones políticas de su consumo. En la sección final del ensayo, consideraré brevemente tres puntos de entrada a la mezcla de medios de la franquicia *anime Neon Genesis Evangelion* (EVA): el final de la serie televisiva *Neon Genesis Evangelion* (1995-1996); dos elementos de la serie de películas *The Rebuild of Evangelion*, *Evangelion: 3.0 You Can (Not) Redo* (エヴァンゲリオン新劇場版 : Q, 2012); y el póster para la película próxima *Evangelion: 3.0+1.0 Thrice Upon a Time* (シン・エヴァンゲリオン劇場版: ||). Estos ejemplos ilustran cómo la franquicia construye imágenes motivando la producción de audiencias activas. Este caso de estudio no implica que EVA es la única franquicia que moviliza los potenciales revolucionarios que Benjamin imagina en el arte de masas, ni que es solamente el *anime* el producto cultural que posee estas tendencias radicales. No obstante, EVA provee claros ejemplos de lo que aquí se ha explorado en términos de la construcción de imágenes políticas, e ilustra cómo la mezcla de medios de EVA también activa políticamente a sus consumidores.

3.1. El final de *Neon Genesis Evangelion*

El programa de televisión *Neon Genesis Evangelion* es una serie revolucionaria por su deconstrucción del *anime mecha*, y su análisis podría tomar la mayor parte de este ensayo. Sin embargo, el ensayo se

centrará exclusivamente en un acotado conjunto de imágenes del episodio 26, el final. El episodio presenta múltiples imágenes que invitan al espectador dentro el aparato de producción. El personaje principal, Shinji, mira un modelo de la ciudad de Tokyo-3, el escenario de la serie, mientras sostiene un guion del programa. También el programa se transforma en una suerte de *storyboard* con direcciones como “echar para atrás” (“pull back”) en la imagen *anime* (Fig. 1). Un despojo tan radical del artificio canaliza claramente el espíritu revolucionario de Brecht y Benjamin, ya que la serie se abre al texto para que audiencias puedan ver su modo de producción. Este proceso invita a los consumidores a convertirse en colaboradores.

3.2. El piano de *Evangelion: 3.0*

The Rebuild of Evangelion (Hideaki Anno, 2007-) es un serie de cuatro películas que no tiene una relación directa con el universo diegético de la serie original EVA. Pueden ser consideradas como un reinicio, un recuento, o una experiencia completamente nueva. La película más reciente es *Evangelion: 3.0 You Can (Not) Redo* (lanzada en Norteamérica como *Evangelion: 3.33 You Can (Not) Redo*), que ofrece una visión fascinante de la máquina *anime* abriendo el espacio para la colaboración, tanto en su publicidad como en la película misma.

En la publicidad, uno de los avances de la película no presentaba a ninguno de los personajes principales, ni a los *mechas* (robots) gigantes por lo que la serie es reconocida. En lugar de eso, el avance muestra un modelo 3D de un piano tocando

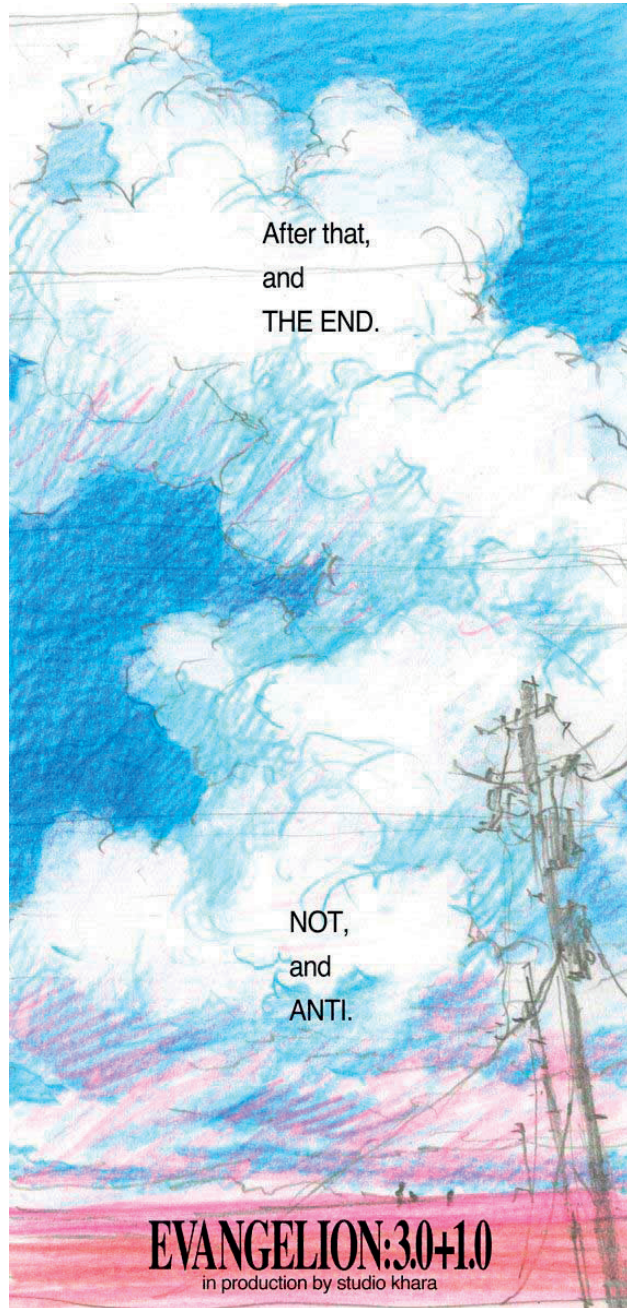


Fig. 4. Póster para la próxima película *Evangelion: 3.0+1.0 Thrice Upon a Time* (シン・エヴァンゲリオン劇場版: ||). Con un póster como un bosquejo, eslogan y título enigmático, la película invita al espectador a convertirse en colaborador del proceso de producción.

el tema principal de la película, “Quatre Mains”, por Sagisu Shirō (Fig. 2). A primera vista, el anuncio parece no tener ninguna relación con la película —el espectador podría preguntarse cómo se relaciona un modelo de un piano con una serie de ciencia ficción post-apocalíptica—. Lo que hace el anuncio, sin embargo, es abrir la producción de la película a la audiencia, invitando su mirada al proceso de producción detrás de escena que normalmente es escondido a los espectadores. De este modo, los espectadores se convierten en colaboradores del texto. Aunque se trate de un tráiler enigmático, como imagen produce *un espacio de imágenes*. A través de la tecnología de animación, el estatus del piano como sujeto u objeto se desdibuja y se forma un espectador colectivo sin jerarquía.

Este avance también apunta a la pieza central de la película —la relación queer de Shinji y Kaworu—. En la película, el piano es un objeto central a través del cual crece el amor entre ellos. Hay dos escenas donde Shinji y Kaworu tocan el piano, con la última escena haciendo uso de una composición plana para lograr un efecto completo. Mientras las imágenes inmóviles de Shinji y Kaworu tocando el piano se deslizan por la pantalla, otras capas de imágenes también atraviesan la pantalla. Capas de imágenes de notación musical, caballos, y Shinji y Kaworu están tocando el piano; todos aparecen en la escena, a menudo inmóvil o en movimiento horizontal con la panorámica de la cámara (Fig. 3). Sin una perspectiva singular o unificada, la imagen provee múltiples elementos en los que el espectador se centra. La escena ejemplifica el concepto de la imagen multiplanar, particularmente en su composición, donde el espectador puede elegir cómo ver y consumir la imagen. A través de la publicidad y la película, el director Hideaki Anno usa el piano como sujeto y escenario, y produce un espacio de imágenes que abren formas alternativas

de espectador e invitan a la formación de una nueva subjetividad.

3.3. ¿La reconstrucción final de *Evangelion*?

En 2017 se lanzó el póster para la última película de la serie *Rebuild of Evangelion*, titulada *Evangelion: 3.0+1.0 Thrice Upon a Time* (シン・エヴァンゲリオン劇場版: ||). Esta pieza gráfica tiene un eslogan enigmático: “After that, and THE END. NOT, and ANTI.”, sobre un dibujo de un paisaje vacío (Frank, 2017, n.p.) (Fig. 4). También, el póster tiene un signo de repetición (||) en el título de la película. En notación musical, este indica que una sección de una pieza musical debe repetirse. Como tal, la inclusión del signo de repetición invita al espectador a “regresar.” ¿Pero a dónde? ¿Al comienzo de la serie de películas? ¿De vuelta al programa de televisión original? Parece que el espectador debe decidir. En este póster, su diseño *inconcluso* y título enigmático invitan a interactuar de forma abierta con el texto.

En todos estos ejemplos de mezcla de medios de EVA se invita al espectador a participar en la producción de la imagen *anime*, y se le da agencia sobre cómo ensamblar su propia interpretación textual y determinar su posición de espectador. Así como el espectador tiene la capacidad de elegir su propio camino a través del espacio de imágenes del *anime*, también elige su camino a través de la mezcla de medios de EVA. Esta mezcla, con su construcción de narrativa, imagen, y de marketing, desafía constantemente al público, escamoteando las respuestas fáciles e invita al espectador a convertirse en un colaborador activo en el contenido de EVA. En síntesis, la mezcla de medios funciona como una extensión del espacio de imágenes, produciendo una subjetividad dispersa, animando a sus consumidores a convertirse en colaboradores y fomentando un espectador activo dentro de sus propias imágenes animadas.

Conclusión: hacia un nuevo cuerpo colectivo

Poniendo a Walter Benjamin en relación con los estudios del *anime*, e ilustrándolo con el ejemplo de la mezcla de medios de EVA, podemos comprender mejor la construcción formal del *anime* y cómo invita a la colaboración activa con sus consumidores. De la construcción del material de la imagen multiplanar y animación limitada, a la mezcla de medios de *anime* y agencia de fans, el *anime* rompe la jerarquía tradicional autor-público, abriendo relaciones del consumo, y creando nuevas formas de subjetividad.

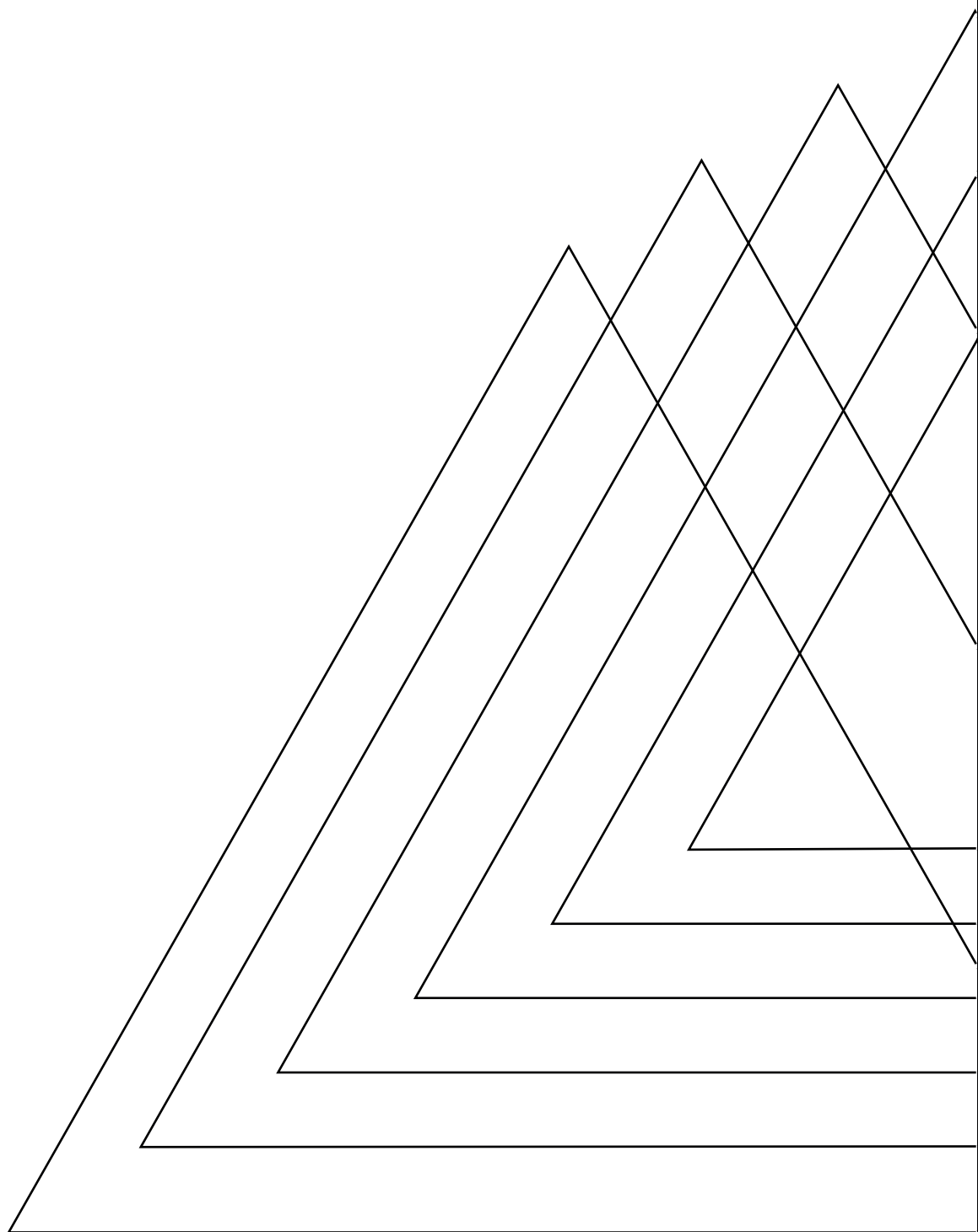
Terminaré con una anécdota que ayuda a capturar la habilidad del *anime* para crear el espacio de imágenes. Después del éxito de *Neon Genesis Evangelion*, el director Hideaki Anno explica su creencia sobre la expresión artística:

Expression is... basically the process of creating something that's missing, attempting to get an idea across to someone else... trying to make yourself whole at the same time... That's what I think expression is... *anime* and movies are ways I am able to continue relating to others (1999, n.p.).³⁰

La creación de algo que falta, en otras palabras, dejando espacios, discontinuidades, brechas para que un espectador colaborativo complete abren el aparato de producción a nuevas y emocionantes formas, al mismo tiempo que se están creando nuevas variantes de sociabilidad, es esencial para la co-creación tecnológica del *anime* en un nuevo cuerpo colectivo, un physis radicalmente nuevo que resiste los binarios tradicionales de sujeto y objeto, lo que nos lleva a visualizar nuevas modalidades de subjetividad.

© Del texto: Jacqueline Ristola.
© De las imágenes: sus autores.

³⁰ “Expresión es [...] básicamente el proceso de creación de algo que falta, tratando de transmitir una idea a otra persona [...] tratando de completarse al mismo tiempo [...] Eso es lo que creo que es la expresión [...] el anime y las películas son formas en las que yo puedo continuar relacionándome con otros” (trad. a.).



Referencias bibliográficas

- AZUMA, Hiroki, 2003. *Moto genron F-Kai* (Net-state discourse F), Tokyo, Seidosha ("The Animalization of Otaku Culture", trad. inglés Yuriko Furuhashi, Marc Steinberg, *Mechademia*, vol. 2, 2007, pp. 175-187).
- BENJAMIN, Walter, 2016 [1939]. "¿Qué es el teatro épico?", en BENJAMIN, Walter, *El autor como productor*, trad. cast. Wolfgang Erger, Madrid: Casimiro, pp. 45-56.
- BENJAMIN, Walter, 2016 [1934]. "El autor como productor", en BENJAMIN, Walter, *El autor como productor*, trad. cast. Wolfgang Erger, Madrid: Casimiro, pp. 7-36.
- BENJAMIN, Walter, 2012 [1929]. "El Surrealismo: la última instantánea de la inteligencia europea", en *Libro II/Vol. 1.*, trad. cast. Alfredo Brotons Muñoz, s/c: Epublibre.
- CONDY, Ian, 2013. *The Soul of Anime: Collaborative Creativity and Japan's Media Success Story*, Durham, Londres: Duke University Press.
- DELEUZE, Gilles, GUATTARI, Félix, 1983. *Anti-Oedipus: Capitalism and Schizophrenia*, Minneapolis: University of Minnesota Press.
- FRANK, Allegra, 2017. "Neon Genesis Evangelion's final film gets a teaser, after a half-decade of waiting", en *Polygon*, 28 de julio, (<https://www.polygon.com/2017/7/28/16057598/evangelion-4-0-teaser> [noviembre, 2020]).
- HANSEN, Miriam, 2012. *Cinema and Experience: Siegfried Kracauer, Walter Benjamin, and Theodor W. Adorno*, Berkeley: University of California Press.
- HANSEN, Miriam, 1999. "Benjamin and Cinema: Not a One-Way Street", en *Critical Inquiry*, vol. 25(2), pp. 306-343.
- KHATIB, Sami, 2014. "To Win the Energies of Intoxication for the Revolution': Body Politics, Community, and Profane Illumination", *Anthropology & Materialism: A Journal of Social Research*, vol. 2., pp. 1-12.
- LAMARRE, Thomas, 2009. *The Anime Machine: A Media Theory of Animation*, Minneapolis: University of Minnesota Press.
- OKADA, Toshio, 2015. "Introduction to Otakuology", en GALBRAITH, Patrick W., KAM, Thiam Huat, y KAMM, Björn-Ole (eds.), *Debating Otaku in Contemporary Japan: Historical Perspectives and New Horizons*, Londres: Bloomsbury, pp. 89-101.
- STEINBERG, Marc, 2017. "Converging Contents and Platforms: Niconico Video and Japan's Media Mix Ecology", en NEVES, Joshua, y SARKAR, Bhaskar (eds.), *Asian Video Cultures: In the Penumbra of the Global*, Duke University Press, Durham, pp. 91-113.
- STEINBERG, Marc, 2012. *Anime's Media Mix: Franchising Toys and Characters in Japan*, Minneapolis: University of Minnesota Press.