

LA OLA NIPONA: CONSUMO DE CULTURA POPULAR JAPONESA  
EN ESPAÑA

*Dani Madrid*

*Guillermo Martínez*

Universidad Oberta Catalunya

RESUMEN

Como ha venido sucediendo en otros países europeos y, previamente, en las economías más desarrolladas de Asia Oriental y en los Estados Unidos, el consumo masivo de productos culturales japoneses se ha disparado en España en los últimos años. Se trata de un desembarco de las industrias culturales niponas al que han contribuido especialmente los sectores más jóvenes de la población. A través de una sistematización de los últimos datos disponibles, este artículo presenta en primer lugar la evolución del consumo de *manga* y *anime* en España. Este consumo se ha vehiculado a través de vías tradicionales de distribución (editoras y grandes grupos mediáticos), pero más recientemente, también por vías no convencionales. En este sentido, se apuntan las líneas de una emergente subcultura que, a través del uso intensivo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, se ha abonado a un nuevo niponismo, sustancialmente diferente por el tipo de cultura que trasmite.