

Pertinencia de la cultura popular con enfoque en anime y manga como herramienta para la consejería profesional¹

Relevance of popular culture with a focus on anime and manga as a tool for professional counseling

Francheska M. González Castro²

Resumen

Los profesionales de ayuda deben estar conscientes de los elementos sobresalientes que influyen a la sociedad y, como resultado, a sus clientes, por lo que estar atentos a la cultura y su desarrollo es esencial. En este artículo se discute la pertinencia del anime y el manga, como parte de la cultura popular, en la disciplina de la consejería profesional y otras profesiones de ayuda. Se expone la ausencia de reconocimiento adecuado por parte de los diversos profesionales y cómo las poblaciones que lo disfrutan son estigmatizadas como entes extraños, enfatizando la subcultura *geek* a partir de los 80's. Además, se analiza la utilidad del anime y el manga como herramienta para la profesión, se presentan ejemplos de estos medios para la consideración del lector, se ejemplifican casos en que han servido de utilidad para la salud mental de individuos y se discute su uso en terapia.

Palabras clave: consejería profesional, manga, anime, cultura popular

Abstract

Mental health professionals should be aware of the outstanding elements that influence society and, as a result, their clients, so being attentive to culture and its development is essential. In this article, the relevance of manga and anime is discussed, as part of popular culture, in professional counseling and other mental health professions. The absence of adequate recognition by the professionals is discussed and how the populations that enjoy it are stigmatized as strange entities, emphasizing the geek subculture from the 80's. In addition, the usefulness of manga and anime as a tool for the profession is analyzed, examples of these media is presented for the reader's consideration, cases in which they have been useful for the mental health of individuals are exemplified and their use in therapy is discussed.

Keywords: professional counseling, manga, anime, popular culture

¹ Recibido: 2019-09-04 y Aceptado: 2020-03-12

² Para comunicación con la autora utilice el siguiente correo electrónico: francheska.m.gonzalez@gmail.com

Introducción

La cultura popular se puede considerar un elemento importante en la formación de nuestra sociedad, es un elemento actual y en constante evolución. Los consejeros profesionales licenciados (CPL)ⁱ y los demás profesionales de ayuda deben estar conscientes de los elementos sobresalientes que influyen a la sociedad y, como resultado, a sus clientes, por lo que estar atentos a la cultura y su desarrollo es esencial. Rubin (2008, 2019) entiende que, para apreciar la cultura popular, primero se debe definir lo que es cultura. Este describió la cultura como una saga dramática con contenido reservado para lugares como iglesias o monasterios y la cultura popular como un espacio pequeño con fotografías instantáneas que contienen aspectos del diario vivir. La cultura es abarcadora y está siempre presente en la medida que forma parte de la existencia humana; por otro lado, la cultura popular se desarrolla y transforma de manera constante y rápida. Lo que hoy es relevante y pertinente se puede convertir en obsoleto y sin importancia con el pasar del tiempo, sea ese tiempo horas, días, semanas, meses o años. Entonces, ¿realmente los profesionales de ayuda deben prestar atención a algo que parece tan efímero? Si nos dejamos llevar por Vygotsky (1998), quien entendía que la cultura juega un papel importante en la formación intelectual del ser humano, la respuesta es sí.

Una de las ramas de la cultura popular de la que no se encuentra mucha literatura dentro de las profesiones de ayuda, sobre todo en la consejería profesional son las animaciones japonesas, conocidas como anime, y los cómics japoneses, conocidos por su nombre original como manga. Álvarez (2018) dilucida que las investigaciones académicas realizadas en Latinoamérica con respecto al fanatismo por el anime y el manga son escasas y dispersas. Sin embargo, Johnson-Woods (2010) entiende que el rápido crecimiento y distribución dentro de la cultura y la sociedad le han recordado a los académicos y a los expertos en cultura popular que estos son merecedores de investigaciones exhaustivas. LaMarre (2018) opina que la necesidad de explorar los conocimientos sobre estos medios ha llevado a diversas disciplinas a realizar investigaciones al respecto. A pesar de que LaMarre indica que disciplinas como la neurociencia y la sociología están persiguiendo investigaciones al respecto, es escasa la información que se puede conseguir en relación con el anime y el manga dentro de las profesiones de ayuda.

Existe la necesidad de incrementar la exploración, investigaciones y conocimientos del anime y manga en relación a la salud mental y a los procesos de ayuda. El conocimiento que se adquiera podría fomentar nuevas aportaciones al campo de la salud que permitan apoyar al profesional de ayuda en sus intervenciones. Por ejemplo, el anime y el manga pueden aumentar y revitalizar el repertorio utilizado por profesionales en técnicas tradicionales como la biblioterapia o la cineterapia. Incluso, en la terapia del superhéroe, aumentaría la cantidad de historias y personajes protagonistas y antagonistas a su disposición. El esparcimiento y las personas que disfrutan de estos medios aumentan cada día. Como ejemplo, servicios como Netflix están aumentando su biblioteca de anime e invirtiendo millones para adquirir este contenido (Segarra, 2019). García (2019) enfatiza que estos medios se han convertido en un fenómeno global. Puerto Rico y Estados Unidos de América (E.U.A.) no son excepciones a esta realidad.

Los CPL y otros profesionales de ayuda pueden estar recibiendo clientes fanáticos de estos medios, cuya cultura e interacciones sociales se desarrollen alrededor del anime y el manga. Estar al tanto de esos antecedentes culturales es no solamente relevante y pertinente para un CPL, también es su deber. El código de ética de la American Counseling Association (2014) indica que los consejeros deben intentar activamente de comprender los diferentes antecedentes culturales de sus clientes. La realidad es que existen subculturas o contraculturas y poblaciones vulnerables que tienen gran apreciación o fanatismo por estos medios. Con tan solo poder entender

Anime y manga como herramienta para la consejería profesional

el gusto particular de un cliente o por qué tal historia, presentada en un anime o manga, resuena con este, se podrían hacer grandes avances en el proceso de ayuda.

Utilizar estos medios en los procesos terapéuticos puede ayudar a los profesionales de ayuda a establecer la relación terapéutica, entablar empatía, ganar la confianza del cliente, aumentar la capacidad de comprender los relatos de sus clientes seguidores de estos medios, tener a su disposición mayores recursos para hacer referencia y para utilizar en técnicas tradicionales como biblioterapia y cineterapia, entre otras. Esto no significa que es la solución para los problemas mentales de las personas, pero es una herramienta con la capacidad de complementar y agregar valor a las intervenciones terapéuticas. De todos modos, es importante que los CPL y otros profesionales de ayuda comprendan que, para algunos clientes, el anime y el manga es el motor que alimenta sus vidas, por lo que su integración a las profesiones de ayuda y sus intervenciones puede ser de gran significancia. Tanto así, que Menkes (2012) los clasifica como productos culturales que sirven como instrumentos de socialización y un medio de crítica social.

La Internet está llená de historias de personas que expresan cómo el anime cambió positivamente o salvó su vida. Como ejemplo, un usuario en Reddit (tACorruption, 2014) expresó que estaba en una depresión enorme y en espiral, tenía trastorno bipolar no diagnosticado y sentía que no había salida. Hacía tres años estaba listo para suicidarse. Fue entonces cuando comenzó a ver anime. Por primera vez en mucho tiempo lloró mucho y se dio cuenta de que quería vivir. Según sus palabras, el anime le salvó la vida. Fue al médico, lo diagnosticaron y, según describió, nunca se había sentido mejor. Testimonios como este evidencian la pertinencia y relevancia de estos medios de la cultura popular para las profesiones de ayuda. Un medio que puede salvar vidas, como poco, es digno de atención, comprensión e investigación. La cultura popular, enfocada en anime y manga, es pertinente para la consejería profesional como herramienta de apoyo en las diversas intervenciones terapéuticas, especialmente para las que se realizan con los seguidores de estos medios de todas las edades. No obstante, no hay una población o edad específica a la que vaya dirigida la integración de estos medios a las intervenciones terapéuticas. La fascinación con el anime y el manga se puede constatar alrededor del mundo entre personas de diversas edades y podría afirmarse que llegó para quedarse.

Es el deber de los profesionales de ayuda el comprender el fenómeno y adaptarlo a las intervenciones tradicionales, cuando sea necesario. Tal como explica Rubin (2008, 2019), más allá de ser solo un interés pasajero, existe una manera significativa de integrar la cultura popular a la consejería y psicoterapia. Según elabora, no se trata de crear un modelo terapéutico nuevo, sino que es una manera de ampliar el repertorio terapéutico del profesional de ayuda. Este escrito pretende proporcionar a los profesionales de ayuda, especialmente a los CPL, información que les permita aumentar sus conocimientos sobre el anime y el manga como herramienta en las intervenciones terapéuticas. Además, se espera despertar la curiosidad de profesionales de ayuda que fomente la búsqueda de estos medios, incrementar las investigaciones y desarrollar nuevos aportes a la consejería profesional y otras profesiones relevantes.

Cultura popular y subcultura *geek*

La cultura popular es definida por Laberge et al. (2008) como las prácticas y los gustos culturales de la gente común, ejemplificando que esto puede incluir música, películas, medios impresos, y televisión, entre otros. Estos autores comentan que la cultura popular está basada en contextos sociales y lingüísticos, que está hecha para ser atractiva y que su popularidad puede surgir por el gusto de las masas o gracias al mercadeo adecuado de los medios de comunicación. Sobre esto, Fingerth (2008) piensa que no es secreto que la cultura popular es una

fuerza que impulsa negocios multimillonarios, pero entiende que, de la misma manera, impulsa la imaginación. A esto, Kidd (2007) agrega que la cultura popular es un medio por el cual se generan ganancias, pero a su vez esta contribuye a muchas otras funciones sociales importantes como la generación de normas, la innovación y el cambio social. Fingerroth (2008) también señala que, mientras algunas personas consideran la cultura popular como un placer ocasional del que se sienten culpables, para otras personas la cultura popular es la única cultura que conocen. Rubin (2008, 2019) recalca que, cualquiera que sea la razón sociológica por la que se consume la cultura popular, se utiliza para aprender de la vida.

En lo que respecta a la cultura popular, Crossman (2018) establece que existen dos argumentos sociológicos opuestos. Una parte argumenta que la cultura popular es utilizada por las elites o la aristocracia que domina los medios de comunicación y difusión para controlar a quienes están debajo de ellas, entorpeciendo la mente de las personas y haciéndolas pasivas y fáciles de gobernar. La otra parte argumenta lo contrario, pues plantean que la cultura popular es un vehículo para la rebelión contra la cultura de los grupos dominantes. La postura de este escrito no se circunscribe explícitamente a ninguno de estos dos argumentos, sino que parte de una mezcla de ambos. Se acepta que hay una aristocracia dominando los medios de información y que la gente común puede llegar a ser controlada a través de ellos, pero también se reconoce que existen subculturas que se apropian de la cultura popular, rebelándose ante los grupos dominantes.

Hebdige (2004) cataloga la palabra subcultura como una que rebosa de misterio que parece sugerir algo secreto del inframundo. Una de las subculturas que se rebela ante esos grupos controladores mencionados, es la subcultura *geek*. García (2011) sostiene que la palabra *geek*, proveniente del inglés, puede ser traducida al término *friki*, que proviene de la palabra *freak* o fenómeno en español. Dice que *friki* denota una fijación por un objeto, generalmente tecnológico o propio de la cultura popular como el cine, la televisión, los videojuegos y los cómics. Otro nombre para los geeks, cuyo objeto de fijación son el anime, el manga y sus derivados (música, video juegos, figuras, juegos, etc.), es *otaku*. Esta palabra japonesa se utiliza para describir a un fanático de algo, incluyendo el anime y el manga, y puede llegar a ser utilizada despectivamente, tal como sucede con las palabras *friki* y *geek*. Fuera de Japón, se utiliza frecuentemente entre esta subcultura para denominarse fan del anime y el manga. En lugar de ser un término despectivo, suele ser utilizada como una insignia de honor para describir sus preferencias.

Menkes (2012) describió a los *otaku* como jóvenes aficionados de anime y manga que tienden a convivir entre ellos, consumiendo estos productos culturales y sus derivados. Álvarez (2016, 2017) plantea que los *otaku* configuran, a su vez, como una cibercultura además de una identidad y una comunidad. La palabra *friki* suele ser ampliamente utilizada en América Latina, pero en Puerto Rico no es un término que se utilice comúnmente o del todo y la palabra *otaku* no es un término de uso común fuera de la subcultura, por lo que en este escrito continuaremos utilizando el término *geek* para referirnos a esta. Hebdige (2004) establece que los geeks imponen una estructura única con su propia jerarquía de valores, reglas y significados. Asimismo, Álvarez (2017) explica que la diferencia de los geeks, en comparación con el resto de la sociedad, es que representan un desafío al orden social. Entiende que esto se debe a que los geeks se salen de los valores tradicionales y es por ello que suelen acusarlos de ser personas que no son normales y que deben crecer y dejar de ver dibujos animados.

Los geeks son personas estigmatizadas física y socialmente (García, 2011) se alega que estas subculturas o *fandom* tienen tendencias antisociales (LaMarre, 2018). McCain et al., (2015) denuncian que el término *geek* puede ser utilizado con una connotación que se refiere a alguien retirado de la sociedad. Estos autores informan que la cultura *geek* es una subcultura de entusiastas que es asociada usualmente con los medios oscuros o poco

Anime y manga como herramienta para la consejería profesional

conocidos como la ciencia ficción, los videojuegos, el anime y el manga. No obstante, Álvarez (2016) considera que los aficionados del anime y el manga invierten la negatividad de los estereotipos, transformándolos en significados identitarios, ya sea el ser raro o infantil. Esto también se ve reflejado cuando hacen uso de palabras como geek u otaku con una connotación positiva, pasando a ser un término de empoderamiento. Para Álvarez (2016), es un recurso identitario con el que puede construirse una identidad individual o colectiva que sea alternativa y duradera, cuya autonominación otorga nuevo significado a las palabras negativas.

El anime y el manga

Brenner (2007) define manga como la terminología general para historieta o cómic y al anime como la terminología general para todo trabajo animado, sean películas, series de televisión o videos musicales. Por tanto, el anime se refiere a las animaciones japonesas y el manga se refiere a los cómics japoneses. También existen cómics de origen coreano y chino, llamados manhwa y manhua, correspondientemente. El manga no es anime; aunque en muchas ocasiones uno evoluciona del otro, estas palabras no son sinónimos (Johnson-Woods, 2010).

Clements (2013) asegura que el anime no es un género sino un medio. Estos medios comenzaron como poco apreciados, pero han ganado popularidad a pasos agigantados, estableciéndose como un elemento significativo dentro de la cultura popular. No ganaron notoriedad de la noche a la mañana, sino que, al principio, el manga fue considerado una historieta extraña que ahora se le considera como un nuevo formato (Johnson-Woods, 2010). No obstante, Johnson-Woods le concede el éxito del manga al anime y explica que el manga ganó atención a través de la exposición que le trajo el anime. Es un fenómeno cultural con seguidores de múltiples edades de gran parte del globo terráqueo (Condry, 2013) y a finales de 1980, el anime se volvió un fenómeno global (García, 2019). Desde los 80' ha estado en perpetuo crecimiento que se extiende con rapidez (Menkes, 2012) y el manga y el anime representan una tendencia dentro de la cultura popular que va en crecimiento en E.U.A (Brenner, 2007).

SecureTeen (2014), en su blog (www.secureteen.com), explica que ha establecido una fuerte base de entusiastas en América; Idehen-Amadasun (2016) añade que, efectivamente, estos han aumentado considerablemente en E.U.A. Una manera de cuantificar la popularidad del anime es observar el crecimiento masivo de la participación del público en las convenciones de todo el país de E.U.A. Durante la primera edición de 2002, los organizadores de Anime Boston esperaban una participación de 500 personas. Sin embargo, 2,000 aficionados asistieron al evento. Recientemente, estos eventos han atraído a más de 20,000 personas. El acontecimiento más grande del mundo del anime en Estados Unidos es la Anime Expo, la cual se lleva a cabo en el Centro de Convenciones de Los Ángeles y cuenta con la participación de más de 100,000 personas en cada edición (ShareAmerica, 2017).

Sobre el aumento de consumo de anime y manga, se considera que el crecimiento es debido a que ha aumentado el acceso a este, y gran parte se debe a la Internet (García, 2019; Idehen-Amadasun, 2016; Johnson-Woods, 2010; Wignall, 2004). Por medio de la exposición y el fácil alcance que ha traído al Internet, estos medios han ido ganando aceptación y adeptos. Asegura Idehen-Amadasun (2016), que las personas que en algún momento vieron a estos medios como uno extraño ya lo están comenzando a considerar como un medio de entretenimiento común que cuenta con cada vez más prominencia. Dentro de esta perspectiva, Clements (2013) confirma que varios académicos ya están persiguiendo trabajos relacionados a estos medios. Ramasubramanian y Kornfield (2012) reconocen que la creciente popularidad e interés en el anime y manga, como un género de cómic transnacional y accesible, les hace un área importante para futuras investigaciones. Tanto así, que

Anime y manga como herramienta para la consejería profesional

Stuckmann (2018) corrobora que estos medios en E.U.A. ya no son un culto subterráneo; reconoce que han quedado estampados en nosotros y que no se irán

Anime y manga como herramienta para la consejería profesional

Pese a las aseveraciones sobre la permanencia del anime y el manga en nuestra cultura, todavía estos son desconocidos por los profesionales de ayuda. Esto hace difícil desarrollar su integración en intervenciones para las diversas profesiones de ayuda. Brenner (2007) indica que estos medios representan un continente no explorado al que pocos profesionales se han aventurado. Han pasado más de diez años desde que Brenner hizo esta afirmación y todavía sigue siendo relevante. Su pertinencia no ha sido adecuadamente reconocida por los diversos profesionales de ayuda y tampoco se ha normalizado su consumo. Como antes mencionado, las poblaciones o subculturas que lo disfrutaban siguen siendo estigmatizadas como entes extraños.

Todavía los geeks no encajan al cien por ciento dentro de la norma en la sociedad. Son considerados como diferentes a la persona común y siguen viviendo bajo el estigma de ser personas extrañas relacionadas con los medios oscuros y retirados de la sociedad. Sobre esto, Álvarez (2017) sostiene que los entusiastas del anime pueden desviarse tanto de la norma al consumir objetos de la cultura de masas japonesa que pueden resultar siendo considerados como raros desde una mirada occidental. Es importante resaltar que McCain et al. (2015) aclaran que se ha pintado a los geeks como diferentes, pero no como disfuncionales. Siguen siendo personas que, como cualquier otra, se enfrenta al diario vivir. Desafortunadamente, se enfrentan a la vida siendo juzgados por personas que desconocen o no comparten sus gustos o intereses y se clasifican como “normales” o comunes. Los geeks, al igual que el resto de la humanidad, tienen que lidiar y enfrentar los retos que representa vivir en esta sociedad y enfrentarse a los problemas. Muchos de estos geeks prefieren refugiarse en la fantasía que provee el manga y el anime para no enfrentarse a sus problemas.

Menkes (2012) enfatiza que la tendencia de valorar lo imaginario por encima de lo real es una característica que hace que sean vistos como una subcultura que huye de la realidad. Los investigadores están de acuerdo con que los geeks trascienden de manera temporal su infelicidad al escapar a un mundo alterno de fantasía donde se imaginan como influyentes o poderosos, obteniendo un respiro creativo y necesario (Jacobs, 2015). Según Menkes (2012), en nuestra sociedad se puede sentir la necesidad de huir de la realidad debido a problemas como el desempleo y la exclusión. Pueden tener una necesidad de expresar sus fantasías, anhelos, los deseos reprimidos y el deseo de liberarse momentáneamente del mundo real (Chen, 2007).

Refugiarse en la fantasía no es la solución, pero puede traer beneficios al ser humano. Por ejemplo, Vygotsky (1998) comentó que la fantasía objetiva le permite al ser humano planificar su futuro, de esta manera, lo ayuda a construir la cultura de la que forma parte. Similarmente, Rubin (2007) reitera que la fantasía es un lugar donde todo tipo de problema o conflicto del pasado o el presente se encuentra metafóricamente con las posibilidades del futuro. Chen (2007) plantea que la indulgencia temporera de la fantasía permite escapar de los problemas y cargas del mundo real, pero que este comportamiento puede servir positivamente como un elemento que fomente el autoajuste y provee un escape inofensivo y liberador de sus impulsos.

De acuerdo con mi experiencia profesional, los geeks suelen refugiarse en su subcultura y a mantener lejos al resto de las personas que no compartan sus valores e intereses. Lamentablemente, también son una población que, en su mayoría, está muy necesitada de ayuda y de ser escuchada y entendida. Según Kelly (2015a), el anime es especialmente popular entre los espectadores que están luchando con problemas de salud mental u

obstáculos notables en la vida. Los geeks suelen ser muchos de estos espectadores. En conversaciones con colegas, hemos estado de acuerdo que estos suelen ser clientes que difícilmente les permiten la entrada a los profesionales de ayuda. LaMarre (2018) sugiere que estos tienen fama de antisociales, por lo que, a menos que se pueda crear una afinidad genuina con ellos, será difícil crear el vínculo de consejería. Un medio para entablar afinidad con este tipo de cliente y facilitar el proceso de consejería es utilizar su interés por la cultura popular, particularmente el anime y el manga como herramienta en sus intervenciones.

Para muchos terapeutas ha sido inesperado, pero sumamente útil, encontrarse con estas opciones en sus intervenciones (Rubin, 2019). Si el profesional de ayuda reconoce los intereses de estos clientes y logra canalizar la ayuda provista mediante sus gustos, podrá crear un vínculo inmediato, será muy difícil de romper, y aumentará la efectividad de su intervención. El anime y el manga suelen ser aspectos esenciales y significativos dentro de la vida de estos clientes, a tal punto que los personajes pueden convertirse en ejemplos a seguir. Rubin (2008, 2019) entiende que los clientes pueden elegir modelar sus valores a través de los presentados en un programa de televisión. El anime y el manga le dan la oportunidad al cliente de colocarse en otros zapatos, creando empatía y aprendiendo de otros. Asimismo, es intrigante y envuelve a la persona que lo consume en historias que hablan de quien lee, que puede ser significativo de manera externa o interna y producir posibles procesos psíquicos debido a la subjetividad de su contenido (Parada, 2012). Sobre todo, confirma que permite la posibilidad de crear lazos sociales desde la cultura.

See (2018) comenta que ha aprendido más con el anime que con cualquier otro medio visual que ha consumido en su vida. Ramasubramanian y Kornfield (2012) afirman que la audiencia de un medio experimenta una variedad de efectos a causa de estos, a medida que los consumen e interactúan con estos medios. Poder experimentar una historia de fantasía le permite al cliente tener la experiencia a través de personajes en un libro o en televisión. Vygotsky (1998) pensaba que fantasear objetivamente proporciona los medios para que la persona anticipe y planifique su comportamiento futuro. Las historias presentadas en el anime y el manga son un medio que le permite a la persona la oportunidad de fantasear, utilizar su visualización y enfrentar la realidad luego de “practicar en la fantasía” u observar a un personaje enfrentar una situación parecida.

Rubin (2008, 2019) afirma que, sin importar la razón por la que la persona consume la cultura popular, esta es un medio para aprender sobre la vida convirtiéndola en un enlace preestablecido digno de utilizar en la consejería. Además, asegura que los profesionales de ayuda deben reconocer la disponibilidad inmediata a la cultura popular que tienen las personas -Internet, televisión, etc.- para aprovecharla en sus intervenciones terapéuticas. El anime y el manga cuentan una serie de historias que apelan al ser humano, le hacen sentir emociones y le permiten identificarse. Idehen-Amadasun (2016) considera a las historias presentadas en el anime y el manga como claras y definidas que cuentan con principio, medio y final; contiene características que le agregan una dimensión adicional: emoción. Sin que importe la edad, la emoción de estas historias nos trastoca y nos lleva a explorar un nuevo mundo de posibilidades, héroes y leyendas. Rubin (2007) cree que los niños necesitan héroes que tengan poderes y capacidades mucho más allá de sus imaginaciones y que los adultos que valoran los mitos y leyendas de héroes o superhéroes se convierten en los portadores de esas historias. El anime y el manga se han utilizado en terapia de juego, biblioterapia y cine-terapia (Rubin et al., 2019). Además, se han utilizado para el desarrollo del “ego” y la auto-realización, para la intervención de neurobiología interpersonal y con clientes con diagnósticos de autismo o abuso de sustancias. El anime y el manga presenta una infinidad de héroes e historias que los CPL podrían utilizar en sus intervenciones. A continuación, se presentará una pequeña muestra.

Héroes e historias

“Hourou Musuko”

Conocida en español como “El hijo transitorio”, fue escrita por Takako Shimura; el manga tiene 15 volúmenes y el anime tiene 11 episodios. En esta obra se cuenta la historia de dos estudiantes que esconden un secreto, Shuichi es un niño que quiere ser una niña y Yoshino es una niña que quiere ser un niño (Shimura, 2002-2013). A través de esta historia, se observan temas LGBTQ+ como la identidad de género, el ser transgénero y temas como el comienzo de la pubertad, aceptarse a sí mismo, y autoconocimiento, entre otros. “The Pedantic Romantic” (2018) describe a “Hourou Musuko” como una historia emocional y bellamente diseñada que resonará con la población transgénero y logrará que la audiencia entienda y obtenga conocimiento sobre esta experiencia de vida única.

“Koe no Katachi”

Titulada en español como “Una voz silenciosa”, fue escrita por Yoshitoki Oima, el manga consta de 7 volúmenes y fueron convertidos a una película de anime. En esta obra se cuenta la historia de Shoko, una joven sorda que llega a una nueva escuela y se convierte en presa de abusadores o *bullies*, sobre todo de Shoya, compañero de clase. Pero la crueldad de los niños va demasiado lejos. Shoko se ve obligada a abandonar la escuela (Oima, 2013-2014). Los amigos de Shoya inicialmente apoyaban sus abusos contra Shoko, pero luego se vuelven en contra de él (Rodríguez, 2018). Como resultado, Shoya se convierte en el nuevo punto de los abusadores, quienes antes eran sus amigos, y termina siendo un retraído social, consumido por la culpa de lo que le hizo a Shoko. Ahora él siente el sufrimiento que le hizo pasar a Shoko y decide enmendar sus errores. A través de esta historia se tratan temas como el *bullying*, suicidio, pérdida, desesperanza, amor, amistad, reconexión, y el perdón, entre otros. Rodríguez (2018) piensa que Shoko y Shoya son ejemplos a seguir en lo que respecta al permitirse perdonar. Entiende que en esta reconfortante historia hay dos niños que logran una proeza que está cerca de ser hercúlea para la mayoría de los adultos. Cada uno perdona al otro por sus pecados y cada uno se perdona a sí mismo por sus propios defectos (Rodríguez, 2018).

“Fruits Basket”

Este manga escrito por Natsuki Takaya mantiene su nombre original y consta de 23 volúmenes. Tiene dos versiones de anime, una de 2011 con 26 episodios y la más reciente de 2019 con 26 episodios, hasta el momento. En el año 2011 se animó una historia enfocada en los primeros 7 tomos que diverge de la fuente original, no obstante, en el 2019 se mantuvo la historia original y se encuentra en proceso la animación de los 23 tomos del manga. En esta obra se presenta la historia de Tohru Honda, estudiante de escuela superior y huérfana. Después de que una tragedia familiar revuelve su vida, la valiente estudiante Tohru Honda toma el asunto en sus propias manos (Takaya, 2004-2009). Ramasubramanian y Kornfield (2012) cuentan que Tohru primero se hace amiga de un niño enojado y amargado llamado Kyo y luego le enseña cómo buscar lo bueno en los demás, iniciar conversaciones amistosas y desarrollar relaciones saludables. Esta hermosa historia demuestra pequeñas moralejas y enseñanzas a través de las interacciones de sus múltiples personajes y capítulos. Trata diferentes temas como: pérdida, maltrato, acoso, adolescencia, responsabilidades, aceptación, valor, resiliencia, persistencia, saber perdonar, amor, y optimismo a pesar de las adversidades, entre muchos otros.

“Howl’s Moving Castle”

Una película animada o anime dirigida por Hayao Miyasaki quien BBC News (2016) indicó que no es exagerado describirlo como el padrino de la animación en Japón e, incluso, el mundo. Reinders (2016) aclara que la inspiración de esta película proviene del libro con el mismo nombre, escrito por Diana Wynne Jones. Liz (2018) manifiesta que la versión de Miyasaki es sumamente diferente a la de Wayne Jones, pero ambas se pueden disfrutar. “Howl’s Moving Castle” se desarrolla en un escenario fantástico, con visuales que mezclan los 1700 con la época moderna y donde la magia y las brujas existen. Dentro de ese escenario se presenta la historia de Sophie Hatter, una joven sombrerera que, según Reinders (2016), es trabajadora y responsable, pero no tiene gozo ni afán en su labor y posee una baja autoestima. Liz (2018) la describió como recatada, tímida, que viste monótonamente y está falta de confianza en sí misma.

Según Liz (2018), su diferencia de las demás chicas se hace clara rápidamente. Reinders (2016) narra que Sophie sonríe frente al espejo, pero inmediatamente frunce el ceño y se cubre la cara con su sombrero. Ella trata de ser alguien más, alguien encantador, pero falla y arrastra su propia e ineludible identidad de una manera más opresiva (Reinders, 2016). Sin embargo, Liz (2018) también la describió como determinada y valiente, que se hace querer. Explica que se pueden enamorar de lo real que es, incluyendo las partes que no se ven como algo bueno, hasta la duda en sí misma. En esta historia, Sophie se enfrenta a un cambio no merecido e inesperado en su vida y una maldición es colocada sobre ella (Liz, 2018) que la envejece (Reinders, 2016). Ante este cambio, Sophie comentó que finalmente la ropa que usaba le quedaba bien (Miyasaki et al., 2006); esto como una representación clara de lo que piensa sobre su persona y una alegoría de cómo para ella su exterior al fin es igual a su interior.

A través de la película, podemos apreciar cómo Sophie lidia con las consecuencias de ese inesperado cambio, poco a poco se va aceptando y va cambiando por dentro. Mientras que el espectador puede notar los cambios internos de Sophie por su comportamiento, también puede observarlo en sus alteraciones físicas. Aunque la protagonista no se da cuenta, la audiencia puede ver cómo Sophie cambia exteriormente, rejuveneciendo o envejeciendo, de acuerdo con su comportamiento. Durante la película, Sophie tuvo que hacer muchos sacrificios y cambios que la llevaron a poder librarse de la maldición. No obstante, la maldición era algo que solo Sophie podía deshacer, solo ella tenía el poder para lograrlo. Finalmente, aunque pudo cambiar por dentro y rejuvenecer por fuera, su exterior mantuvo la evidencia de lo vivido. Su cabello se mantuvo gris o canoso como el de una anciana, pero su yo interior fue recompensado con un cambio indiscutiblemente para bien.

Reinders (2016) recalca que en la historia se recompensa a Sophie y se reafirman sus valores. Una vez libre de su sentido autocrítico de fracaso personal, Sophie ve todas las cosas con claridad (Reinders, 2016). De esta película se desprenden diversas moralejas y oportunidades para identificarse con alguno de los personajes, pero es la situación de Sophie la que pone todo en movimiento. Al igual que esta protagonista, muchas personas sienten que valen menos, son autocríticas y tienen baja autoestima, entre otras. De la misma manera, a pesar de que tienen cualidades negativas, poseen cualidades positivas como ser determinadas y valientes. Sophie le permite a la audiencia la oportunidad de identificarse y sentir que pueden cambiar al igual que ella. Liz (2018) asegura que ver a Sophie crecer y deshacerse de todas sus dudas le dio esperanza de que ella pudiese ser así algún día. También, la audiencia tiene la oportunidad de apreciar cómo alguien se enfrenta a un cambio inesperado en la vida. En ese mundo lleno de magia donde una maldición es difícil de remover, en la vida real esa maldición puede representar a una enfermedad difícil de curar. Por lo que, una de las cosas con lo que “Howl’s Moving Castle” puede ayudar al espectador es a creer en sí mismo y darle nuevas fuerzas para enfrentar conflictos ajenos a su voluntad.

Anime y manga como herramienta para la consejería profesional

Todas las obras antes presentadas están narradas y son visualmente presentadas de una hermosa manera, permitiendo a la audiencia aprender de la experiencia a la misma vez que disfrutan de una historia de calidad que apela a sus sentimientos. Todas han sido aclamadas por la crítica y han ganado prestigiosos galardones. Son una excelente fuente de narrativa y lecciones de vida que los CPL o cualquier otro profesional de ayuda puede utilizar con cualquiera de las poblaciones que atiende, sean niños, jóvenes o adultos. Es importante que más CPL reconozcan el valor que el obtener conocimiento sobre el anime y el manga podría traer a sus intervenciones, tanto con los geeks como con otras personas que disfrutan de estos medios.

Una de las razones que le da más pertinencia al anime y al manga en la consejería profesional es que presentan muchas temáticas que no se encuentran fácilmente en otros géneros. LadyEveSidwich (2016) afirma que el anime es uno de los pocos medios que abiertamente presenta temas como depresión, ansiedad, psicosis, trastorno de estrés postraumático, entre muchos otros y que lo hace de una manera cruda y sin disculparse, siendo cándido o real. Por ejemplo, Bouchard (2015) cuenta que cuando ve anime tiene una oportunidad única de ver algo que solo ha experimentado en su mente que, a su vez, le provee la oportunidad de aprender más sobre esas cosas difíciles de manejar que afectan su vida. Explica que esto le ayudó a comprender que no está solo, le permitió reconocer su problema de depresión y lo inspiró a buscar la ayuda que necesitaba desde hacía años.

Similarmente, See (2018) explica cómo “Orange”, un manga y anime que contiene temáticas de enfermedades mentales y pensamientos de suicidio, le enseñó a que existe ayuda y esperanza. Indica que pudo identificarse con un personaje que padecía de depresión al igual que ella y que pudo sentir la angustia y el dolor de este y verlo llorar, culparse y desmoronarse ante su depresión. También, pudo notar cómo esto le afectaba a aquellos a su alrededor y cómo sus amigos trataban de ayudarlo, al igual que los amigos de ella tratan de ayudarlo. See (2018) dice que el espectador puede sentir el dolor de este personaje, permitiéndole llorar con él y liberar sus propias emociones. Entiende que “Orange” enseña que es normal tener emociones y que es importante aceptarlas y contar con un sistema de apoyo en el cual se pueda confiar y expresarlas. Kelly (2015b) reconoce que en cada uno de los anime es posible encontrar, como mínimo, un personaje que podría ser fácilmente diagnosticado con un trastorno mental. Scarlet y Alves (2017) reconocen que la mayoría de los personajes ficticios que se conocen han experimentado algún tipo de lucha, sea esto ser diferentes, sentirse enajenados o perder a un ser querido.

El anime y el manga permiten a quienes los consuman la oportunidad de identificarse y aprender de la historia presentada. Kelly (2015b) entiende que identificarse con un personaje puede ayudar al espectador y enumera las razones. En primer lugar, la persona logra identificarse con un personaje en cual compartir fortalezas y debilidades es positivo. En segundo lugar, la persona aprende sobre la resiliencia y se relaciona directamente con sus propios obstáculos en la vida. Finalmente, la persona experimenta indirectamente los éxitos alcanzados por los personajes. Nos dice Cohen (2009) que en el momento en que una persona comparte las perspectivas, motivaciones y metas de un personaje, esta se identifica con ese personaje. Al ser humano identificarse con algún personaje, este se puede convertir en una guía, representar un mentor de cuyos errores y triunfos se aprende.

Feldman (2007) explica que Vygotsky veía el desarrollo cognoscitivo como el resultado de las interacciones sociales mediante la participación guiada, resolviendo problemas con ayuda de mentores. Por otro lado, SecureTeen (2014) asegura que los jóvenes adolescentes se sienten conectados y se relacionan fácilmente con las animaciones porque la representación de los personajes se asemeja mucho a sus propias luchas cotidianas. A su vez, Ramasubramanian y Kornfield (2012) identifican a las heroínas de los mangas y el anime como chicas normales, similares a la audiencia, con las que estos se pueden relacionar fácilmente y esto les permite tener la capacidad de servir como un ejemplo a seguir que puede generar deseos fuertes de interactuar e identificarse

con ellas. Los personajes de anime son atractivos porque permiten reconocer que la gente joven también puede ser fuerte y enfrentar sus problemas como lo hacen los adultos (Hassan et al., 2016). Además, parte de lo que mantiene al joven constantemente intrigado en el manga y el anime son la interesante evolución de los personajes y las relaciones existentes que se vuelven complejas y dinámicas (SecureTeen, 2014).

El anime proporciona una historia inspiradora de resiliencia frente a la adversidad que promueve que no importa cuán desesperanzados, débiles y rechazados puedan sentirse las personas, hay algo especial dentro de ellas que les ayudará a tener éxito y prosperar (Kelly, 2015b). El anime y el manga le pueden mostrar que no importa cuán desalentador pueda ser un obstáculo o lo mucho que otros duden de ellos, si creen en sí mismos, siguen siendo fuertes y trabajan duro, pueden vencerlo. Kelly (2015b) concluye que estos medios animan a la audiencia a tener esperanza. Estas historias son atractivas, novedosas e interesantes. Sea que traten de superación, de pérdida, de aceptación, de enfrentar problemas, o de tener una actitud positiva, las pequeñas moralejas que se pueden encontrar en ellas son un recurso invaluable. Como si esto fuera poco, Chan et al. (2017) confirman que ver anime y tener discusiones al respecto puede proveer una manera para que las personas expresen su punto de vista, desarrollen pensamiento crítico, exploren nuevas experiencias y se estimule su creatividad.

Por consiguiente, si más profesionales de ayuda reconocen el valor del anime y el manga como herramienta para las intervenciones de ayuda y aceptan el potencial que tienen para trabajar con varias poblaciones, se puede fomentar el uso y las investigaciones para respaldarlo. Existe una necesidad de investigaciones y literatura que atienda el uso del manga y el anime, como parte de la cultura popular, en la consejería profesional. La significancia o potencialidad del anime y el manga como herramientas de apoyo en las profesiones de ayuda no está reconocida oficialmente. Se desconoce mucho sobre su eficacia con las diversas poblaciones, pero, sobre todo, con la subcultura geek. Es pertinente mencionar que Mendick y Francis (2012) concuerdan que el tema geek es un área poco investigada en la sociología de la educación. Además, Jacobs (2015) resalta que la psicología no ha podido definir quiénes son exactamente los geeks, ni por qué son como son. Existe una carencia real de investigaciones, lo poco que se puede conseguir proviene, en su mayoría, de E.U.A. y suelen ser publicaciones que se pueden considerar inadecuadas para una revisión de literatura, debido a su año de publicación. No obstante, las publicaciones disponibles tienen datos muy valiosos.

Una de esas publicaciones valiosas es de Rubin (2008) quien discute en su libro un caso en el que utiliza las diferentes facetas de las metáforas del superhéroe para atender a un cliente, un niño fanático de un héroe de anime y manga, con una historia, metafóricamente, similar a la suya. Destaca Rubin (2008, 2019) que el tocar las diferentes facetas de la metáfora del superhéroe le puede permitir al profesional de ayuda expandir y profundizar la narrativa dentro de la terapia con niños, adolescentes y adultos. Para ella, estas facetas incluyen la historia de origen, las identidades secretas, un viaje transformativo, el choque entre el héroe y el villano, entre otras. En este caso, Rubin (2008) utilizó la historia de Naruto (Kishimoto, 1999-2014), un manga que luego fue convertido en anime. Simplificando la sinopsis, Naruto es un niño huérfano, con problemas de carácter, travieso, en constante lucha con su yo interior y la gente a su alrededor, pero que busca su aprobación y reconocimiento; tiene la meta de convertirse en el líder de su pueblo que es admirado por todos. Rubin (2008) lo cataloga como una historia que contiene pérdida parental, está llena de la búsqueda de conexiones, desarrollo de la identidad y contiene una profunda metáfora de la lucha interna del ser humano para lograr contener y canalizar las constantes emociones negativas. La historia de Naruto es consistente con el viaje épico del héroe clásico, siendo así un recurso clínico valioso (Rubin, 2008).

Anime y manga como herramienta para la consejería profesional

En el caso de Kiko, niño de 9 años atendido por Rubin (2008), podemos observar cómo se utiliza la historia de Naruto como un recurso poderoso en la terapia. Rubin (2008) resume que Kiko era un niño amigable y afectivo, pero a punto de expulsión escolar debido a sus berrinches, sus tendencias manipuladoras, su búsqueda de atención constante, su persistente encierro en sí mismo y su disgusto al ser disciplinado. Kiko se quejaba de que no les agradaba a sus padres, ni a sus maestros o a sus compañeros de clase, estos se negaban a hacerlo parte de sus juegos y se burlaban de él, haciendo de su historia una muy similar a la de Naruto. Rubin (2008) comenta que, durante la primera sesión de la terapia, Kiko verbalizó y demostró su pasión por Naruto.

A través de la terapia, Rubin (2008) recurrió a varias técnicas como: dibujar, contar historias, jugar con marionetas, crear un genograma de juego, y moldear plastilina (terapia de juego). Integró la narrativa de Naruto durante sus sesiones, por ejemplo, realizó un ejercicio de completar oraciones como: “Lo que entristece a Naruto es...”, “Lo que atemoriza a Naruto es...” y “Si yo fuera Naruto...”. De esta manera, Kiko “fue capaz de expresar algunas de las dificultades por las que estaba pasando” (Rubin, 2008). Además, con ejemplos de la historia de Naruto como inspiración, Kiko pudo reflexionar sobre sus propios problemas y confrontar a sus padres sobre lo que le aquejaba. Rubin (2008) dice que, aunque hay asuntos que aún se debían trabajar, la terapia de Kiko fue exitosa. Eventualmente, Kiko pudo dar paso a que sus padres reconocieran que necesitaban ayuda profesional, logró hacer amigos con gustos parecidos a los suyos y dejó de estar en riesgo de expulsión.

La terapia de Kiko fue una amoldada a sus intereses y necesidades. Se utilizó el entusiasmo de un niño por un anime y su identificación con el personaje principal para ofrecerle una intervención de calidad, atemperada a esos gustos y necesidades. Esto le permitió a Rubin (2008) crear una conexión empática con Kiko rápidamente, pudiendo así llegar con facilidad a la raíz del asunto. Kiko y sus gustos fueron aceptados, se le dio importancia a su afición por una caricatura japonesa, el anime, a la historia detrás de Naruto y se hizo uso de esta como una herramienta para facilitar el proceso de ayuda.

Al igual que Kiko, otro cliente puede hacer una conexión con un personaje ficticio y aprender de su historia. Así lo demostraron Ramasubramanian y Kornfield (2012) en una investigación sobre el anime y las relaciones significativas que crea la persona con los personajes. Los autores buscaron examinar los procesos subyacentes a través de los cuales los entusiastas...crean relaciones significativas con los personajes de los medios japoneses y entender mejor cómo las audiencias interactúan con entretenimiento intercultural (Ramasubramanian & Kornfield, 2012). Asimismo, exploraron los procesos involucrados que surgen cuando la audiencia ve el entretenimiento intercultural y comienza a desarrollar conexiones duraderas con personajes de otras culturas. Además, deseaban comprender cómo las impresiones sobre las heroínas japonesas pueden convertirse en una experiencia integrada de identificación e interacción” (Ramasubramanian & Kornfield, 2012).

Las heroínas japonesas suelen ser chicas comunes, protagonistas de historias que a primera vista parecen dulces, pero poco a poco se van conociendo las interioridades y realidades de una vida con altos y bajos. Sus historias pueden llegar a ser sumamente parecidas a la vida real de cualquier cliente. La trama de sus historias suele tratar sobre algunos de los siguientes temas: escuela, amor, amistades, familia, vulnerabilidad, autoconocimiento, crecer y desarrollarse, enfrentarse a los problemas y a los miedos, perseverancia, entre muchas otras. Las heroínas son altamente competentes: son personajes decididos, leales, valientes, independientes y creativos que toman riesgos, ven los planes hasta su finalización y exhiben fuerza física, mental y emocional. Son personajes amables, afectuosos y amigables, un modelo a seguir positivo (Ramasubramanian & Kornfield, 2012). Entre los hallazgos más sobresalientes de esta investigación, se encontró que la audiencia aprecia los rasgos de las heroínas y logra conectarse con ellas, llegando a desarrollar relaciones y formar lazos fuertes con estas. Comienzan con un

gusto por el personaje y a través del tiempo y las interacciones terminan identificándose con ellas. Según Ramasubramanian y Kornfield (2012), sus hallazgos demuestran que a la audiencia le gustan las heroínas y se conectan emocionalmente con ellas, las perciben como agradables, buenas, optimistas y alentadoras, y se inspira a seguir su comportamiento. Esta conexión que se hace con el personaje, este ejemplo a seguir con el que la persona puede identificarse, es lo que le abre la puerta al consejero profesional a hacerlo parte de sus intervenciones.

En publicaciones más recientes, se ha comenzado a mencionar el uso de estos medios como una opción que se puede integrar en los procesos terapéuticos. Utilizan al anime como un tema que pueden discutir con sus clientes como herramienta para revelación o enganche. Un ejemplo de esto es el artículo de Stoltz y Barclay (2019), quienes trabajan la consejería ocupacional utilizando el método de entrevista conocido como *Career Construction Interviewing*, un acercamiento de naturaleza narrativa que usa una secuencia semiestructurada de preguntas para recopilar elementos narrativos del cliente (Stoltz & Barclay, 2019). Estos autores usan del anime, dentro de la reconstrucción de una narrativa, para conceptualizar las formas en que el cliente crea conceptos sobre una carrera o vocación. Mediante la reconstrucción de la narrativa, el cliente y el consejero comienzan a conceptualizar las formas en que el cliente podría formar una carrera explorando áreas como el cine y el anime para difundir mensajes sociales importantes al mundo (Stoltz & Barclay, 2019). Estos autores clasifican al anime como un medio no tradicional de influencia que cae bajo la categoría de intereses. Cuando durante su entrevista el cliente expresa interés por el anime, Stoltz y Barclay conversan con los clientes sobre sus intereses y exploran las diversas áreas ocupacionales a partir del anime de su interés.

En relación al interés por este tipo de medios y publicaciones recientes que los mencionan, Smith (2017) cuenta que a la mayoría de sus clientes con autismo les gustan los superhéroes, la fantasía y la ciencia ficción. En su artículo, Smith explica que el anime es sumamente popular con estos clientes, por lo que siempre pregunta a sus clientes sobre su preferencia de superhéroes y personajes para adquirir una mejor percepción de qué puede utilizar para ayudar a sus clientes y desarrollar los atributos emocionales que exhiben estos personajes. Según Smith (2017) casi cada vez que un personaje de anime tiene una emoción, la emoción está acompañada por una expresión facial o señal sonora exagerada. Casi siempre se sabe cómo se siente un personaje de anime, lo que puede explicar por qué el anime es tan popular entre las personas con autismo. Estos ejemplos aportan al finito grupo de referencias que se encuentra bajo consejería profesional y anime o manga. No obstante, demuestran su valor como herramienta en los procesos de consejería y refuerzan la pertinencia de estos dentro de las profesiones de ayuda.

Conclusión

La pertinencia del anime y el manga, dentro de las profesiones de ayuda, va mucho más allá de tratar a la población geek o a la población juvenil. Quienes disfrutan de estos medios pueden ser desde menores a adultos y hasta viejos (García, 2019; Johnson-Woods (2010). Según Smith (2017), muchos de sus clientes con autismo los disfrutan. Existe un anime o manga para cada persona, edad, gusto o interés (Johnson-Woods, 2010). Una vez el CPL o el profesional de ayuda entienda la pertinencia de estos medios podrá adquirir una mejor predisposición a entender esta herramienta e integrarla a sus intervenciones, cuando sea necesario. Al profesional estar adecuadamente orientado y educado podrá darse cuenta que las intervenciones terapéuticas de los CPL que utilicen el anime o el manga como herramienta no necesitan limitarse a los niños como Kiko ni a adolescentes, sino que también podrán aplicarlos a adultos y viejos. Los consejeros pueden integrar el uso de héroes y heroínas

Anime y manga como herramienta para la consejería profesional

a sus intervenciones con los clientes. Los cómics son un medio valioso de abordar problemas complejos con niños, adolescentes y adultos, incluyendo temas como la religión, racismo y sexualidad (Rubin, 2007).

La cultura popular, al ser utilizada correctamente, puede servir de inspiración, para aprender sobre sí mismo, para ayudar en tiempos difíciles y a pasar al siguiente nivel de desarrollo (Fingerth, 2008). Después de todo, Rubin (2007) considera que la fantasía es el lugar en el que escapan tanto los niños como los adultos, esto sin perder el sentido de sus propios mundos. Una vez el consejero reconozca la pertinencia del anime y el manga en las intervenciones de ayuda, abrirá un mundo de posibilidades, descubriendo narrativas que le servirán de ejemplos y que podrían ayudarle a hacer un enganche inmediato con clientes como los geeks, pero no se limita a ellos. Los consejeros pueden agregar estas historias a su repertorio de recomendaciones al utilizar biblioterapia o cineterapia como técnicas en el proceso de ayuda. Además, pueden hacer adaptaciones para incorporar estas herramientas a su trabajo clínico. Sin embargo, es importante entender que educarse sobre este asunto no implica abandonar las bases teóricas, sino apoyarlas con creatividad. Gladding (2011) reitera que es importante que los consejeros sean leales a las teorías, técnicas y métodos probados y basados en investigaciones y, a la misma vez, estén dispuestos a utilizar su aspecto creativo dejándose llevar por sus corazonadas y su intuición.

Nos confirma Smith (2011) que la creatividad en la consejería puede ayudar a que los clientes desarrollen mayor interés en el proceso terapéutico. Al incorporar estas herramientas se podrá tener más alcance a poblaciones diversas, atender con mayor creatividad y recursos a los clientes y fomentar el bienestar de estos. El profesional puede tener a su disposición una riqueza de material narrativo que le permitirá conectar con los clientes, sobre todo los que batallan con problemas clínicos y del desarrollo, puesto que la fantasía puede habitar en la mente de clientes, sean jóvenes o no tan jóvenes (Rubin, 2007, 2008, 2019). Rubin (2007) considera que, de las diversas teorías, herramientas y técnicas disponibles para el terapeuta, uno de los recursos más poderosos para la auto-comprensión, el crecimiento y la curación puede ser la fantasía.

Entender la utilización y el probable beneficio del anime y el manga en los procesos terapéuticos puede motivar a los consejeros profesionales a conocer más sobre estas herramientas y adaptar sus intervenciones terapéuticas integrando su uso. Esta curiosidad puede promover la realización de investigaciones y creación de artículos que refuercen y apoyen el uso positivo de estas herramientas, incrementando así las fuentes de información. La evidencia de esto puede inspirar a las diferentes universidades a integrar a sus ofrecimientos académicos cursos que expliquen estas herramientas y provean las competencias o educación necesarias para que los futuros consejeros profesionales puertorriqueños, entre otros, puedan hacer uso de estas. Quizás encontraremos consejeros que se sientan impactados e inspirados de alguna manera por algún anime o manga que descubran, se cree un movimiento social que promueva las enseñanzas y se agreguen nuevas herramientas para ampliar la educación de los profesionales. Sin duda, uno de los aspectos más hermosos del anime es que habla e impacta a cada uno de nosotros de manera diferente (Stuckmann, 2018).

De acuerdo a Rubin (2008), los dibujos animados desafían al espectador a anticiparse, a resolver problemas, a participar indirectamente en aventuras y a estimular el desarrollo de la fantasía, así como a proporcionar narrativas sociales compartidas, símbolos e íconos que crean conciencia cultural y conexión social. Los terapeutas creativos que reconocen el valor de la cultura popular, y los dibujos animados, tienen a su disposición un cúmulo de recursos virtualmente ilimitado para el desarrollo del compromiso, la fantasía y la metáfora, así como una narrativa compartida. Plantea que los terapeutas pueden utilizar componentes específicos de narrativas de dibujos animados particulares como identificación con un determinado personaje, o incluso elementos visuales

Anime y manga como herramienta para la consejería profesional

de ese personaje como medio para desarrollar una iconografía personal. Sin embargo, el primer paso es que el clínico interesado se familiarice y les lleve a la consejería (Rubin, 2008).

La pertinencia de la cultura popular, especialmente del anime y el manga en la consejería profesional es indiscutible, así como la necesidad de profundizar en el tema. Sea que el profesional lo utilice para trabajar con geeks, niños, adolescentes, adultos o poblaciones vulnerables. En el anime y el manga el profesional podrá encontrar historias que cuenten o atiendan los asuntos que aquejan a sus clientes; solo debe indagar para encontrarla. Estas historias son un recurso a su disposición, en espera de reconocimiento y con un gran potencial para que se conviertan en herramientas que impacten positivamente el futuro de la consejería profesional.

Referencias

- Álvarez Gandolfi, F. (2016). Cibercultura otaku: Un análisis interdiscursivo de identidades fan puestas en escena en grupos de Facebook. *Perspectivas de la Comunicación*, 9(2), 31-57. <http://publicacionescienciasociales.ufro.cl/index.php/perspectivas/article/view/619/597>
- Álvarez Gandolfi, F. (2017). ¿Más allá de “subcultura”? Apuntes sobre el fanatismo por la animación japonesa a partir de los planteos de Dick Hebdige. *Cuestiones de Sociología: Revista de Estudios Sociales*, 17, 1-19. <https://doi.org/10.24215/23468904e044>
- Álvarez Gandolfi, F. (2018). Fanatismo y voracidad cultural: Una relectura de los debates sobre el omnivorismo. *Universitas Humanística*, 85(85), 321-345. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.uh85.fvcr>
- Asociación Americana de Consejería. (2014). *Código de ética de la ACA*. https://www.counseling.org/docs/defaultsource/ethics/2014_code_of_ethics_ph_spanish.pdf?sfvrsn=2
- BBC News. (2016, 3 de diciembre). Hayao Miyazaki: Japan's godfather of animation? <https://www.bbc.com/news/world-asia-38074088>
- Bouchard, J. (2015, 22 de abril). How an anime series helped me recognize my depression. *BuzzFeed*. <https://www.buzzfeed.com/jeanlucbouchard/how-an-anime-series-helped-me-recognize-my-depression>
- Brenner, R. (2007). *Understanding manga and anime*. Libraries Unlimited.
- Chan, Y., Wong, N., & Ng, L. (2017). Japanese language students' perception of using anime as a teaching tool. *Indonesian Journal of Applied Linguistics*, 7(1), 93-104. <http://dx.doi.org/10.17509/ijal.v7i1.6862>
- Chen, J. (2007). A study of fan culture: Adolescent experiences with animé/manga doujinshi and cosplay in Taiwan. *Visual Arts Research*, 33(1), 14-24. <https://psycnet.apa.org/record/2007-11945-001>
- Clements, J. (2013). *Anime: A history*. BFI Publishing.

Anime y manga como herramienta para la consejería profesional

- Cohen, J. (2009). Mediated relationships and media effects: Parasocial interaction and identification. En R. L. Nabi & M. B. Oliver (Eds.), *The SAGE handbook of media processes and effects* (pp. 223-236). Sage Publications.
- Condry, I. (2013). *The soul of anime: Collaborative creativity and Japan's media success story*. Duke University Press.
- Crossman, A. (2018, 21 de septiembre). Sociological definition of popular culture: The history and genesis of pop culture. *ThoughtCo*. <https://www.thoughtco.com/popular-culture-definition-3026453>
- Feldman, R.S. (2007). *Desarrollo psicológico a través de la vida*. Pearson Education.
- Fingerroth, D. (2008). Foreword. En L.C. Rubin (Ed.), *Popular culture in counseling, psychotherapy, and play-based interventions* (pp. xxi-xxvii). Springer Publications.
- García, H. (2019). *A geek in Japan: Discovering the land of manga, anime, zen, and the tea ceremony*. Tuttle Publishing.
- García, J. (2011). Lo geek vende: Transformaciones de los topoi sobre el adolescente inadaptado en las series de televisión norteamericanas. *FRAME*, 7, 159-190.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3616638>
- Gladding, S. T. (2011). Using creativity and creative arts in counseling: An international approach. *Turkish Psychological Counseling and Guidance Journal*, 4(35), 1-7.
<http://www.turkpsdrdergisi.com/index.php/pdr/article/view/174/106>
- Hassan, N.A., Sallehuddin, I., & Abdul Aziz, N. (2016, abril). Study on anime and its impacts among university students [Paper presentation]. International Conference on Social Sciences and Humanities (SOSHUM), Sabah, Malaysia.
https://www.researchgate.net/publication/319494624_Study_on_Anime_and_Its_Impacts_Among_University_Students
- Hebdige, D. (2004). *Subcultura: El significado del estilo*. Paidós.
- Idehen-Amadasun, E. (2016, 24 de mayo). Why anime is getting more popular in the U.S. (again): Who cares? *Odyddeck*. <https://www.theodysseyonline.com/why-anime-is-getting-more-popular-in-the-us-again-who-cares>
- Jacobs, T. (2015, 8 de diciembre). The complex psychology of the Geek. *Pacific Standard*.
<https://psmag.com/social-justice/the-complex-psychology-of-the-geek>
- Johnson-Woods, T. (2010). *Manga: An anthology of global and cultural perspectives*. Continuum.
- Kelly, R. (2015a, 6 de octubre). Why troubled youth love anime, and why you should too (part 1). *Shrink Tank*.
<http://www.shrinktank.com/why-troubled-youth-love-anime-and-why-you-should-too-part-1/>

Anime y manga como herramienta para la consejería profesional

- Kelly, R. (2015b, 7 de octubre). Why troubled youth love anime, and why you should too (part 2). Shrink Tank. <http://www.shrinktank.com/why-troubled-youth-love-anime-and-why-you-should-too-part-two/>
- Kidd, D. (2007). Harry Potter and the functions of popular culture. *Journal of Popular Culture*, 40(1), 69-89. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5931.2007.00354.x>
- Kishimoto, M. (1999-2014). *Naruto*. (Vols. 1-72). VIZ Media.
- Laberge, Y., Kibler, M., Lotz, A., & Lauters, A. (2008). Popular culture. En B.G. Smith (Ed.), *The Oxford Encyclopedia of women in world history*: Oxford University Press.
- LadyEveSidwich. (2016, 5 de abril). Anime and mental health: The connection. <http://yattatachi.com/anime-mental-health-connection>
- LaMarre, T. (2018). *The anime ecology: A genealogy of television, animation, and game media*. University of Minnesota Press.
- Liz, S. (2018). 2004 Howl's moving castle. En C. Stuckmann (Ed.), *Anime impact: The movies and shows that changed the world of japanese animation* (pp. 287-289). Mango Publishing Group
- McCain, J., Gentile, B., & Campbell, W. K. (2015). A psychological exploration of engagement in geek culture. *PLoS ONE*, 10(11), 1-38. <http://doi.org/10.1371/journal.pone.0142200>
- Mendick, H., & Francis, B. (2012). Boffin and geek identities: Abject or privileged? *Gender & Education*, 24(1), 15-24. <https://doi.org/10.1080/09540253.2011.564575>
- Menkes, D. (2012). La cultura juvenil otaku: Expresión de la posmodernidad. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 10(1), 51-62. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3929842>
- Miyazaki, H. (Director). (2006). *Howl's moving castle* [Film]. Walt Disney Home Entertainment.
- Oima, Y. (2013-2014). *Koe no katachi* (Vols. 1-7). Kodancha Comics.
- Parada, D. (2012). Manga-anime: Una expresión artística que subjetiva al otaku. *Tesis psicológica: Revista de la Facultad de Psicología*, 7(1), 160-175. <https://www.redalyc.org/pdf/1390/139025258007.pdf>
- Ramasubramanian, S., & Kornfield, S. (2012). Japanese anime heroines as role models for U.S. youth: Wishful identification, parasocial interaction, and intercultural entertainment effects. *Journal of International & Intercultural Communication*, 5(3), 189-207. <https://doi.org/10.1080/17513057.2012.679291>
- Reinders, E. (2016). *The moral narratives of Hayao Miyazaki*. McFarland & Company.
- Rodríguez, J. (2018). 2016 A silent voice. En C. Stuckmann (Ed.), *Anime impact: The movies and shows that changed the world of japanese animation* (pp. 418-421). Mango Publishing Group.

Anime y manga como herramienta para la consejería profesional

Rubin, L. C. (2007). *Using superheroes in counseling and play therapy*. Springer.

Rubin, L. C. (Ed.) (2008). *Popular culture in counseling, psychotherapy, and play-based interventions*. Springer Publications.

Rubin, L. C. (2020). *Using superheroes and villains in counseling and play therapy: A guide for mental health professionals*. Routledge.

Scarlet, J., & Alves, W. (2017). *Superhero therapy: Mindfulness skills to help teens and young adults deal with anxiety, depression, and trauma*. New Harbinger Publications, Inc.

Secure Teen. (2014, 22 de enero). Anime: Here's what you need to know as a parent. <https://www.secureteen.com/online-parental-controls/anime-here%E2%80%99s-what-you-need-to-know-as-a-parent/>

See, S. (2018). 2016 Orange. En C. Stuckmann (Ed.), *Anime impact: The movies and shows that changed the world of japanese animation* (pp. 426-428). Mango Publishing Group.

Segarra, L. M. (2017, 19 de octubre). Netflix is making a big bet on anime to attract even more subscribers. *Fortune*. <https://fortune.com/2017/10/19/netflix-anime/>

ShareAmerica. (2017, 28 de junio). La enorme audiencia estadounidense del anime. Share America. <https://share.america.gov/es/la-enorme-audiencia-estadounidense-del-anime-video/>

Shimura, S. (2002-2013). *Wandering Son* (Vols. 1-15). Fantagraphics Books.

Smith, A. (2011). Teaching a course on creativity in counseling: Ideas for counselor educators. *Journal of Creativity in Mental Health*, 6, 150-165. <https://doi.org/10.1080/15401383.2011.579875>

Smith, K. (2017). Achieving a better understanding of adult autism. *Counseling Today*. <https://ct.counseling.org/2017/09/achieving-better-understanding-adult-autism/>

Stoltz, K. y Barclay, S. (2019). Career counseling interviewing: Theme Mapping a client's story. *Journal of Counseling Research and Practice*, 4(1), 1-20. <https://egrove.olemiss.edu/jcrp/vol4/iss1/1/>

Stuckmann, C. (2018). *Anime impact: The movies and shows that changed the world of japanese animation*. Mango Publishing Group

Takaya, N. (2004-2009). *Fruits Basket* (Vols. 1-22). Tokyopop.

tACorruption. (2014, 29 de agosto). How anime saved my life [Online forum post]. Reddit. https://www.reddit.com/r/anime/comments/2eweur/how_anime_saved_my_life/

Anime y manga como herramienta para la consejería profesional

The Pedantic Romantic (2018). 2011 Houro Musuko (A.K.A. Wandering Son). En C. Stuckmann (Ed.), *Anime impact: The movies and shows that changed the world of japanese animation* (pp. 368-371). Mango Publishing Group

Vygotsky, L. S. (1998). *The collected works of L.S. Vygotsky*. Plenum Press.

Wignall, A. (2004, 26 de octubre). The rise of anime. *The Guardian*.
<https://www.theguardian.com/education/2004/oct/26/workinprogress.research>

Para facilitar la lectura de este documento, la investigadora optó por utilizar los términos en forma genérica para referirse a ambos géneros. Ninguno de los siguientes términos debe entenderse de manera sexista: consejero, cliente, ellos, etc.