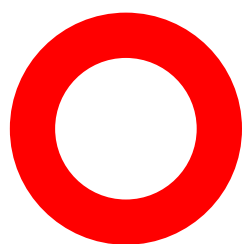


FUNDACIÓN CONSEJO
**ESPAÑA
JAPÓN**



TALENTO



II
INDUSTRIAS
CULTURALES
(VIDEOJUEGOS, CINE)



CON EL APOYO DE



CASA ASIA



ICEX España
Exportación
e Inversiones



Talento J es una iniciativa de la Fundación Consejo España Japón que pretende retratar en su diversidad al talento joven español especializado en Japón y conocer más de cerca a quienes van a determinar las futuras relaciones entre los dos países.



Para ello, la Fundación publicará una serie de reportajes, en vídeo y texto, en los que los jóvenes especialistas nos contarán sus experiencias niponas y compartirán sus reflexiones sobre el presente y futuro de las relaciones entre ambos países.

Japón, la tercera mayor economía del mundo de acuerdo a su Producto Interior Bruto, continúa siendo un gran desconocido para la mayoría de los españoles. Sin embargo, cada vez más jóvenes están interesados en estudiar japonés y realizar una estancia de estudios o profesional en este país asiático, movidos principalmente por la importante influencia cultural que el país nipón ejerce mediante la exportación de películas, videojuegos y series de animación.

La creciente influencia de este *soft power* japonés ha contribuido a que exista una nueva generación de jóvenes españoles especializados en Japón. Jóvenes que jugarán un papel crucial en un mayor nivel de intercambio entre ambas sociedades gracias a su conocimiento de primera mano de las particularidades sociales, económicas y políticas del país asiático. Desde la Fundación, hemos querido describir a este colectivo de jóvenes con el nombre de Talento J.



Germán Jiménez

▶ **LinkedIn:** <https://www.linkedin.com/in/germ%C3%A1n-jim%C3%A9nez-pascual-40771b15a/>

▶ **Especialista en:** Computación gráfica, producción audiovisual

▶ **Experiencia profesional:**

- Colaborador habitual para el programa de Televisión “テレビでスペイン語”, NHK.
- Compositor para la película “テラフォーマーズ”, Griot Groove - Cinegriot.

▶ **Formación:**

- Programa de Producción de Cine. Vancouver Film School.
- Grado en Computación Gráfica, especialidad en Motion Graphics, HAL Tokyo.

▶ **Nivel de japonés:** JLPT N2

Con tan solo 18 años, Germán Jiménez terminó su curso de bachillerato en España y decidió coger las maletas para estudiar un grado de Computación Gráfica en la prestigiosa escuela de estudios tecnológicos y diseño HAL de Tokio. Su decisión estuvo motivada por la incapacidad de encontrar cursos de similar calidad en España y cree que, sin lugar a dudas, ha sido la mejor decisión que podía haber tomado. Durante su estancia de 6 años en Japón, Germán participó como colaborador habitual en un programa educativo en español de la cadena pública japonesa NHK y realizó unas prácticas en el estudio de producción audiovisual Cinegriot, completando su experiencia académica con valiosas oportunidades laborales. Actualmente, Germán se encuentra cursando un programa de Producción de Cine en la renombrada Vancouver Film School de Canadá, gracias a una beca de excelencia otorgada por su universidad en Japón. Germán admite que “Japón es una aventura un poco improvisada que cambió mi vida, mi suerte y donde veo mi futuro”. Cuando acabe su curso en Canadá, Germán volverá a coger las maletas para regresar a la tierra que, según él, se lo ha dado todo.

“

Japón es una aventura un poco improvisada que cambió mi vida”

GERMÁN JIMÉNEZ

La industria del cine y la animación según Germán Jiménez

1. ¿Por qué crees que la animación japonesa es tan popular internacionalmente?

Mi opinión al respecto suele ser un poco polémica, y es que creo que la principal razón por la que el anime es tan popular es porque

huyen de lo políticamente correcto. Tocan temas con sus series que no nos atrevemos a tocar de lleno en occidente. No digo que debamos de hacerlo de tal manera en occidente, pero está claro que hay ciertos temas que generan audiencia





“

Probablemente la realidad virtual introduzca importantes cambios en la industria”

GERMÁN JIMÉNEZ



y si el mercado occidental no lo proporciona, la respuesta es fácil. En segundo lugar, diría que los japoneses son expertos en desarrollo de personajes, en todas sus series abren un abanico de personajes suficiente como para que cada persona se identifique al menos con uno de ellos sino con más. Y por último creo que es por el uso del ridículo que hacen. Incluso en series dramáticas, en las que nosotros dejaríamos la comedia de lado, son capaces de incluir escenas que por su inverosimilitud nos resultan graciosas, y eso a mucha gente le gusta, en pocos sitios consideran al drama un elemento de comedia, en Japón sí lo hacen.

2. ¿Qué nuevos adelantos tecnológicos crees que van a transformar la industria de la animación japonesa en los próximos años?

Probablemente la realidad virtual introduzca importantes cambios en la industria, o la creación de contenido tipo “Telltale”, contenido en el que tú decides el transcurso de la historia también genere cierto revuelo.

Aunque sinceramente yo soy de la opinión de que al igual que cuando el 3D llegó a las pantallas de cine causó mucho ruido y luego no terminó de cuajar, a cualquier otra tecnología que sea importada, probablemente le pase lo mismo.

3. La popularidad de plataformas de video on demand va gradualmente en aumento, ¿cómo crees que va a afectar esto a la industria independiente de la creación audiovisual?

Esta industria ya ha sido afectada por estas plataformas. En primer lugar, en el caso de Netflix, Hulu o Amazon Prime, los plazos que imponen estas plataformas son mucho más cortos que los que proponen las productoras

tradicionales (aun siendo también muy ceñidos). Por lo tanto, si se quiere producir el mismo contenido en una cantidad menor de tiempo, o se contrata más gente, o se baja la calidad, normalmente derivando en la segunda.

Aunque no soy pesimista, el efecto péndulo, del cual depende esta industria, hará que todo ese beneficio que entra desde estas plataformas termine yendo a producción y se produzca pensando más en la calidad que en la cantidad.

En segundo lugar y siendo la gran ventaja de estas plataformas, es poder ofrecer un producto desde cualquier parte del mundo a cualquier otra parte. En ese sentido estas plataformas han beneficiado a la industria ya que está al alcance de todo el mundo cuando antes solo estaba al alcance de las cadenas de televisión y sus audiencias.

4. ¿Crees que la popularidad de las plataformas de video on demand va a facilitar que se vean más contenidos audiovisuales españoles en Japón y japoneses en España?

Afortunadamente es algo que ya ha pasado también, en el caso español, series como “La Casa de Papel” o “Las Chicas del Cable” han alcanzado tanto éxito que llegan a aparecer en portada de estas plataformas, generando audiencias que antes el mercado español no podía imaginarse. Y respecto al producto japonés en España, me atrevería a decir que el producto nipón primero ha de triunfar en Japón para captar la atención de estas plataformas. Hay tantísima variedad de series o películas (muchísima más que en el mercado español) que a la larga se terminan ejerciendo la competencia entre ellas y solo las que más llaman la atención al público japonés son las que terminan por



aparecer en estas redes y así llegar al extranjero.

5. ¿Cuáles son las claves del lenguaje audiovisual japonés?

¿Qué crees que lo distingue del de otros países?

Creo que en lenguaje visual los japoneses han conseguido algo que cuesta mucho entender en occidente. Es más fácil entender una historia mediante la reacción de un personaje que está siendo testigo de

la historia, que entender la historia simplemente viendo a alguien sufrirla o contarla.

Por ejemplo, si estoy ante una situación esperpéntica, causa muchísima más risa ver la reacción de otros personajes ante tal situación que la propia situación.

Lo mismo frente a una escena dramática, causa mucha más empatía ver al personaje reaccionar ante una escena desoladora que la

propia escena.

Es un concepto que poco a poco estamos viendo más en occidente, ya que Hollywood también se ha hecho con este aspecto, pero los japoneses, primero en el cine, y luego en el cine de animación lo hicieron primero y lo dominan mucho mejor.



CUESTIONARIO EXPRESS

Mis 5 sitios imprescindibles para los amantes del anime en Japón son...

Para cualquier amante del anime que quiera escapar del clásico Akihabara o Harajuku, pienso que el Mandarake que hay en la estación de Nakano es un sitio para visitar. Y por respeto a mi infancia diré que el Centro Pokémon de Ikebukuro es un sitio espectacular donde dejarse el sueldo.

Las 3 citas más importantes de la industria del cine y la animación en Japón son.....

Diría que el Tokyo Game Show, por relevancia, para la industria de la animación es el más importante. Aparte, los Premios de la Academia

Japonesa, lo que serían los Goya japoneses.

Y, por último, los Mainichi Film Awards, que también otorgan un gran prestigio a los nominados y por supuesto, al ganador.

Mis 5 estudios de animación y producción cinematográfica favoritos de Japón son....

Creo que Ghibli siempre tendrá un lugar especial para todos.

Toei Animation, por la cantidad de contenido de calidad que presentan siempre.

CoMix Wave films, se empezaron a comer el mundo con "El Jardín de las Palabras" y con la película de "Your name" presentaron candidatura a ser el referente mundial del nuevo

anime.

Studio Pierrot, aunque suene poco japonés, son sin duda, por las series que han animado un referente (Naruto, Bleach, Tokyo Ghoul...). Studio Chizu, con "El Niño y la Bestia" se ganó un sitio privilegiado en mi top 5.

La película japonesa que más me ha marcado es...

"Ikiru" de Akira Kurosawa, el maestro.

Nunca me iría de Japón sin probar...

Los chorritos del váter.

Lo que más echaría de menos de Japón sería...

Los chorritos del váter.

Carlos Naranjo



- ▶ **LinkedIn:** <http://www.linkedin.com/in/cnaranjobejarano/>
- ▶ **Especialista en:** desarrollo de videojuegos
- ▶ **Experiencia profesional**
 - Traductor y corrector del japonés al español.
- ▶ **Formación**
 - Becario del gobierno japonés (Monbukagakusho). Desarrollo de videojuegos, Kyoto Computer Gakuin y Universidad Tecnológica de Tokio.
- ▶ **Nivel de japonés:** Alto, JLPT N1.



Tras terminar bachillerato en España, Carlos Naranjo recibió la beca Monbukagakusho del gobierno japonés para especializarse en el desarrollo de videojuegos. En los últimos tres años, Carlos ha estado analizando cómo mejorar la internacionalización del videojuego japonés para que éste pueda ser exportado a un mayor número de países. Según Carlos, existe un creciente interés de Japón por expandir sus productos culturales a países de habla hispana como México y Argentina, un fenómeno que repercutirá positivamente en la demanda de perfiles de jóvenes españoles con experiencia en la industria. Amante y estudioso de la cultura asiática, Carlos está actualmente terminando sus estudios en el Kyoto Computer Gakuin, centro especializado en las ciencias de la computación.

La industria del videojuego por Carlos Naranjo

“

Un factor clave que hace que Japón sea líder en la industria es su gran gestión empresarial”

CARLOS NARANJO

1. ¿Qué crees que hace de Japón un líder en el sector del videojuego?

Ante todo creo que lo que hace líder a Japón no solo en el sector del videojuego, sino en muchos otros, es su gran gestión empresarial. Por ejemplo, en Nintendo siguen una filosofía empresarial que algunos

han definido como el modelo de la sorpresa. Ellos han sabido superar las crisis del sector, afrontándolas siempre con productos innovadores –Nintendo Wii, Nintendo Switch– que han cosechado un gran éxito entre los jugadores. Es esta simbiosis, de dar importancia tanto a la gestión empresarial,



como a la búsqueda de productos innovadores de máxima calidad, que vemos en Nintendo la que hace que las compañías japonesas sean líderes mundiales.

2. ¿Por qué crees que los videojuegos japoneses son tan populares en España?

Japón tiene una ventaja muy grande frente a otros países. Tiene una imagen de marca muy positiva, asociada a productos de calidad y a creatividad. También creo que el apoyo gubernamental con la política de estado transmedia "Cool Japan" es importante en la exportación de sus IP al extranjero. Estos, entre otros muchos factores, contribuyen a que en España tengan un gran éxito tanto los videojuegos, como el manga y anime japonés. Como ejemplo del éxito de su estrategia transmedia, tenemos Captain Tsubasa, Pokémon o todas las IP de Level-5 como Yokai Watch, Inazuma Eleven, Profesor Layton, etc. juegos que han encajado perfectamente en nuestro país y que lideran la clasificación de ventas en España.

3. ¿Cómo ves el futuro del videojuego en 10 años?

Creo que es imposible prever lo que pasará en 10 años, pero de lo que estoy seguro es que los líderes de hoy, tendrán que trabajar duramente para mantener su posición en los próximos años. Hace pocos años nos sería imposible pensar que las mayores compañías de videojuegos

“

Creo que el sector lo seguirá liderando el mercado móvil”

CARLOS NARANJO

serían de nacionalidad china, y hoy lideran las clasificaciones. Japón, que de siempre se ha centrado en su mercado nacional, es consciente de su pérdida de liderazgo y ya son muchas las compañías que ponen sus esfuerzos en ganarse el mercado del Sudeste Asiático y el de Latinoamérica para no perder su posición. Creo que este va a ser el “terreno de juego” de esta década. Serán los resultados en estos mercados emergentes los que definan nuestra industria futura.

4. ¿Qué adelantos tecnológicos van a dominar la industria en los próximos años?

Personalmente soy muy cauto con las tecnologías de vanguardia. Por ejemplo, se dijo que la realidad virtual se estandarizaría en estos años y todavía las previsiones de penetración de esta tecnología están muy lejos de cumplirse. Seguimos en una tendencia en la que el consumidor desea productos simples, asequibles, y que dentro de lo posible no consuman espacio, ni mucho tiempo para su uso. Estos criterios son un importante reto a la hora de crear productos comerciales. Por lo que creo que el sector lo seguirá liderando el mercado móvil. Y seguramente los videojuegos avanzarán en base a la mejora



de las especificaciones de los dispositivos móviles de gama media.

5. ¿Cuáles son las fortalezas de España en la industria del videojuego?

La gran fortaleza de la industria española es sin duda su gran creatividad y la gran formación de sus profesionales. Esto es reconocido por la industria europea y americana, donde los profesionales españoles – programadores, diseñadores, expertos en marketing, etc.- son muy codiciados. En España tenemos grandes empresas – citaré a la sevillana Genera Games, y a Social Point en Barcelona - que gracias a su excelente gestión, han adquirido una privilegiada posición en el mercado europeo y americano. Eso sí, todavía tenemos pendiente entrar en el mercado asiático –que representa más del 50 % del mercado mundial-. Espero ver en los próximos años la expansión de empresas españolas en Asia, ya no solo en Japón –que es un mercado difícil-, sino en mercados clave como China, o el Sudeste Asiático.



CUESTIONARIO EXPRESS

Mis 5 sitios imprescindibles para los amantes de los videojuegos en Japón son...

Nipponbashi (Osaka), el Centro de Investigación de Videojuegos de la Univ. Ritsumeikan (Kioto), Pontocho y el río Kamogawa (Kioto), Shinjuku 3-chome (Tokio), Yokosuka (Kanagawa).

El videojuego que va a marcar la tendencia del futuro es...

Ni no kuni de Level-5.

La cita más importante de la industria de los videojuegos en Japón es...

Computer Entertainment Developers Conference (CEDEC) para desarrolladores y la Tokyo Game Show (TGS) para los fans.

Mis 3 empresas favoritas japonesas de la industria de los videojuegos son....

Level-5, DeNA y KLab.

Nunca me iría de Japón sin probar....

a tomarme un baño en un onsen.

Lo que más echaría de menos de Japón sería...

el excelente trato al cliente.