

De la pantalla al feed: El consumo cultural del anime y la construcción de identidad otaku en comunidades digitales cubanas

From the screen to the feed: The cultural consumption of anime and the construction of otaku identity in Cuban digital communities

Alejandro Torres Rodríguez¹  alejandro.iskandar0118@gmail.com

Beatriz Fonseca Muñoz²  beatriz.fonseca@ics.gob.cu

Jennifer I. Villafaña Cruz¹  jennlo11797@gmail.com

Olga Rosa González Martín³  olgarosa@cehseu.uh.cu

¹Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana, Cuba

²Instituto de Comunicación Social, Cuba

³Centro de Estudios Hemisféricos y sobre Estados Unidos, Universidad de La Habana, Cuba

RESUMEN

Este artículo analiza las prácticas de consumo cultural del anime japonés entre jóvenes cubanos que integran comunidades digitales en Facebook, específicamente los grupos Otakus en Cuba, Otakus con Estilo en Cuba y Otakus y Gamers Cuba. A partir de una metodología cualitativa de corte etnográfico digital, se examinan los procesos de apropiación, ritualización, producción simbólica y construcción de capital cultural que caracterizan a estos colectivos. Los resultados revelan que el consumo del anime trasciende la mera recepción pasiva, convirtiéndose en un acto de resignificación cultural, resistencia simbólica y construcción de identidad colectiva.

Palabras clave: anime; consumo cultural; mediaciones; otaku.

ABSTRACT

This article analyzes the cultural consumption practices of Japanese anime among young Cubans who integrate digital communities on Facebook, specifically the groups "Otakus

en Cuba", "Otakus con Estilo en Cuba" and "Otakus y Gamers Cuba". From a qualitative methodology of digital ethnographic cut, the processes of appropriation, ritualization, symbolic production and construction of cultural capital that characterize these collectives are examined. The results reveal that the consumption of anime transcends mere passive reception, becoming an act of cultural resignification, symbolic resistance and construction of collective identity.

Keywords: anime; cultural consumption; mediations; otaku.

Recibido: 22/9/2025

Aprobado: 15/12/2025

INTRODUCCIÓN

El estudio del consumo cultural en América Latina ha cobrado una relevancia creciente en las últimas décadas, especialmente en el contexto de la globalización mediática, la digitalización de las prácticas sociales y la emergencia de nuevas subjetividades juveniles. En Cuba, donde el Estado ha desempeñado históricamente un rol central en la gestión de la cultura y la comunicación, los procesos de consumo cultural adquieren una dimensión aún más compleja: se entrelazan con políticas públicas, tensiones ideológicas, limitaciones tecnológicas y estrategias de resistencia simbólica desde la base social.

En este escenario, el fenómeno del anime japonés y la subcultura otaku representa un caso paradigmático de cómo los jóvenes cubanos a pesar de las restricciones materiales y simbólicas han logrado construir espacios autónomos de significación, intercambio y pertenencia. No se trata de una simple importación cultural, sino de un proceso activo de hibridación, resignificación y creación colectiva, que desafía tanto las narrativas hegemónicas occidentales como las lógicas institucionales locales.

Este artículo se propone explicar cómo los jóvenes cubanos que integran comunidades digitales de otakus en Facebook construyen significados, prácticas y capital cultural a partir del consumo del anime. La pregunta de investigación que guía este trabajo es: ¿Qué caracteriza el consumo cultural del anime entre los jóvenes cubanos que integran la comunidad digital de otakus en Facebook, y cómo este consumo se articula con procesos de identidad, sociabilidad y desarrollo social en el contexto cubano?

Este estudio se inscribe en la línea de investigación sobre Estudios Socio-Históricos de la Comunicación y la Cultura que se integra al actuar investigativo de la Facultad de Comunicación y que, dado el carácter del presente estudio, puede contribuir a visibilizar las formas no institucionales, autogestionadas y creativas en que la juventud cubana participa en la construcción de su propio desarrollo e identidad.

DESARROLLO

Cultura, consumo y mediaciones en la periferia

El consumo cultural, según García Canclini (1999), no es un acto pasivo de adquisición de bienes, sino un proceso activo de apropiación, resignificación y uso social de productos simbólicos. En este sentido, consumir anime implica no solo ver series, sino también debatir, comparar, crear fanarts, cosplays, memes, y construir comunidades alrededor de esos contenidos.

El consumo cultural, además, cumple funciones de integración y distinción social (Bourdieu, 2010). Los jóvenes otakus cubanos no solo se unen por el gusto compartido, sino que también establecen jerarquías internas basadas en el conocimiento, la creatividad y la fidelidad a ciertos cánones estéticos y narrativos.

En el contexto latinoamericano y caribeño, el consumo cultural adquiere una dimensión política: es una forma de resistencia simbólica frente a la homogeneización cultural impuesta por las industrias culturales globales (Mattelart et al., 1977; Martín-Barbero, 1987). Como señala Martín-Barbero (1987), en América Latina no se trata de resistir a la globalización, sino de globalizar la resistencia: reapropiarse de los flujos culturales globales para resignificarlos desde lo local.

Las mediaciones en la recepción del anime

La recepción del anime en Cuba no puede entenderse sin considerar las mediaciones que intervienen en el proceso: tecnológicas (internet, redes sociales, el paquete), sociales (familia, amigos, pares), institucionales (TV cubana, X-Distante, eventos culturales) y simbólicas (traducciones, adaptaciones, reinterpretaciones locales) (Martín-Barbero, 1987; Orozco, 1993).

En particular, las redes sociales, especialmente Facebook, han emergido como espacios clave de mediación, donde los jóvenes negocian significados, comparten recursos y construyen identidades colectivas (Torres, 2023).

Orozco (1993) propone el concepto de mediaciones múltiples, que incluye:

- Mediación individual: disposiciones cognitivas, hábitos, gustos.
- Mediación situacional: contextos de recepción (en casa, en la calle, en grupo).
- Mediación institucional: normas, valores, capital cultural de las instituciones a las que pertenece el sujeto.
- Mediación video-tecnológica: lógicas de producción y distribución de los medios.

En el caso de los otakus cubanos, todas estas mediaciones están presentes y se entrelazan de forma dinámica.

Identidad, comunidad y capital cultural en el mundo otaku

El término otaku, originado en Japón como etiqueta despectiva para referirse a fans obsesivos, ha sido resignificado en América Latina como una identidad cultural positiva, asociada al conocimiento profundo, la creatividad y la pertenencia a una comunidad (Cobos, 2010; Guerra, 2022).

En Cuba, esta identidad se construye de forma híbrida: mezcla elementos de la cultura japonesa (estética, narrativas, valores) con referentes locales (humor, jerga, problemáticas cotidianas), dando lugar a una cultura otaku criolla, visible en memes, cosplays, fanfics y debates en redes sociales (Torres, 2023).

Bourdieu (2010) define el capital cultural como el conjunto de conocimientos, habilidades, títulos y símbolos que permiten a los individuos ocupar posiciones privilegiadas en los campos sociales. En el campo otaku, el capital cultural se mide por:

- Conocimiento de series, directores, estudios de animación.
- Dominio de jergas, códigos visuales y narrativos.
- Capacidad de producir contenidos originales (fanarts, cosplays, AMVs).
- Participación en eventos y comunidades.

Este capital cultural no es neutral: es objeto de luchas simbólicas, exclusiones y jerarquías dentro de la propia comunidad.

MÉTODOS

Se adoptó un enfoque cualitativo, interpretativo y crítico, con un diseño etnográfico digital (Bárcenas & Preza, 2019). La etnografía digital permite estudiar las prácticas culturales, las interacciones y los significados que emergen en entornos virtuales, sin necesidad de presencia física.

Se estudiaron tres grupos de Facebook:

- Otakus en Cuba (28.000 miembros)
- Otakus con Estilo en Cuba (5.726 miembros)
- Otakus y Gamers Cuba (4.695 miembros)

La muestra final incluyó:

- 135 encuestados (cuestionario online anónimo)
- 6 entrevistas semiestructuradas a actores clave (administradores de grupos, cosplayers, emprendedores culturales)
- Observación participante en los grupos durante 4 meses (marzo-junio 2023), con registro de 629 publicaciones y sus interacciones.

Como técnicas e instrumentos se utilizaron:

- Encuesta online: con preguntas cerradas y abiertas sobre hábitos de consumo, géneros preferidos, motivaciones, prácticas cotidianas.
- Entrevistas semiestructuradas: a profundidad, con guía temática.
- Observación participante digital: con guía de observación focalizada en: producción simbólica, construcción de mensajes, ritualización del consumo, códigos de aceptación/exclusión.

- Análisis de contenido cualitativo: de publicaciones, comentarios, memes, imágenes.

RESULTADOS

Las tres dimensiones del consumo otaku en Cuba

Dimensión 1. Mediación tecnológica como peldaño fundamental del consumo de anime

La mediación tecnológica, entendida como el entramado de plataformas, dispositivos y prácticas que median entre el sujeto y el objeto cultural (Orozco, 1993; Martín-Barbero, 1987), emerge como la primera dimensión estructurante del consumo otaku en Cuba. Facebook no es solo un canal de distribución, sino un espacio social, simbólico y político donde se negocian significados, se construyen identidades y se ejerce poder simbólico. En Otakus en Cuba (28.000 miembros), el feed se convierte en un foro de deliberación cultural. Las publicaciones no son meros anuncios de capítulos o memes, sino provocaciones discursivas: ¿Por qué el Gear 5 de One Piece es una traición al canon? ¿Es Tanjiro el mejor shonen prota de la década? ¿Por qué nadie habla de la crítica social en Attack on Titan? Estas preguntas generan cientos de comentarios, con argumentos basados en análisis de tramas, comparaciones intertextuales (con manga, cine, literatura) y referencias a la cultura japonesa. Como señala Adrián Pinares (administrador entrevistado):

Aquí no se consume, se debate una publicación sobre un nuevo capítulo que puede generar tres hilos de discusión: uno técnico (animación, dirección), otro narrativo (coherencia de la trama), y otro ideológico (valores, representación de género). Eso no pasa en ningún otro grupo de entretenimiento en Cuba. (Comunicación personal, 21 de mayo 2023)

La mediación tecnológica también democratiza el acceso al capital cultural. En un contexto donde el acceso a materiales originales es limitado (por el bloqueo, la censura o la falta de plataformas oficiales), Facebook se convierte en una biblioteca comunitaria descentralizada. Usuarios comparten enlaces a subtítulos en español, traducciones de

entrevistas a mangakas, análisis de estudios de animación, incluso guías de pronunciación de nombres japoneses. El conocimiento no está en las instituciones, sino en la red.

En Otakus y Gamers Cuba, la mediación adquiere un cariz más lúdico-performativo. Aquí, el anime se entrelaza con los videojuegos, y las publicaciones son predominantemente audiovisuales: AMVs (Anime Music Videos), gameplays con skins de personajes de anime, memes que fusionan escenas de series con mecánicas de juegos (ejemplo: Si Naruto tuviera el sistema de crafting de Minecraft). La plataforma no solo media el consumo, sino que facilita la co-creación: un usuario publica un AMV, otro lo mejora con efectos, un tercero lo dobla con voz cubana. Es una cadena de producción cultural colaborativa, ajena a la lógica industrial.

Finalmente, en Otakus con Estilo en Cuba, la mediación se orienta hacia lo comercial-estético. El grupo funciona como una galería virtual de arte y diseño otaku. Las publicaciones muestran cosplays, fanarts, merchandising casero, con descripciones detalladas de materiales, técnicas y referencias. Aquí, Facebook no es un espacio de debate, sino de exhibición y validación estética. El like y el compartir funcionan como moneda simbólica: más interacciones = mayor capital cultural.

Dimensión 2: Ritualización del consumo como práctica cotidiana

El consumo del anime en Cuba no es un acto aislado, sino una práctica ritualizada que permea la vida cotidiana, desde lo privado hasta lo público, desde lo individual hasta lo colectivo (De Certeau, 1980; García Canclini, 1999).

Ritualización privada: el anime como estructurador de la intimidad

El 73 % de los encuestados declaró tener rutinas fijas de consumo: los viernes en la noche, con pizza y sin interrupciones; después de estudiar, como recompensa; en el trabajo, con los audífonos puestos. Estas rutinas no son caprichosas: son estrategias de autogestión emocional y temporal. Como confiesa una usuaria de 23 años: “Ver anime es mi terapia. Cuando el día fue malo, pongo un episodio de My Hero Academia. Me recuerda que puedo superar cualquier cosa, como Deku. Apago el celular, pongo subtítulos, y por 24 minutos, el mundo es justo” (Comunicación personal, 22 de octubre de 2023).

La ritualización también incluye prácticas de inmersión sensorial: preparar comida japonesa (o su versión criolla: arroz con salsa de soya y huevo frito), vestir una camiseta

del personaje favorito, apagar las luces, usar audífonos de alta fidelidad. El consumo se convierte en una experiencia total, multisensorial, que busca replicar (en la medida de lo posible) la inmersión que ofrecen los cines o los hogares japoneses.

Ritualización colectiva: del feed al espacio físico

La ritualización no se queda en lo privado. Se extiende al espacio público y comunitario. Los eventos otaku festivos, convenciones, proyecciones son ritos de paso colectivos donde la identidad otaku se hace visible, se celebra y se refuerza.

El Cosplay Fashion Show en la Fábrica de Arte Cubano (observado en agosto de 2023) es un ejemplo paradigmático. No es un simple desfile de disfraces. Es una puesta en escena ritual con reglas implícitas: los participantes deben caracterizar fielmente al personaje (postura, gesto, voz); el público debe aplaudir cada entrada, sin importar la calidad del cosplay; se prohíbe la burla o el hate. Es un espacio sagrado donde se suspenden las jerarquías sociales cotidianas: un estudiante de medicina se convierte en Goku, una cajera de supermercado en Sailor Moon, un programador en Luffy. Como señala Mario Masvidal, experto de la Universidad de las Artes en Cuba y conductor de un programa de televisión especializado en anime japoneses (X Distante):

En Cuba, donde la identidad está tan atada al trabajo, al barrio, a la ideología, el cosplay es un acto de libertad radical. Por unas horas, puedes ser quien quieras. Es una especie de carnaval posmoderno, donde la fantasía japonesa es la máscara que te permite ser tú mismo. (Comunicación personal, 3 de octubre de 2023)

Ritualización productiva: del consumo a la creación

La ritualización más profunda es la que convierte al consumidor en productor de cultura. El 52 % de los encuestados declaró crear algún tipo de contenido derivado del anime: fanfics, fanarts, AMVs, traducciones, cosplays, música, incluso juegos de rol.

Hanabi Cosplay (entrevistada, Coplayer y miembro calificado de especialista por su grupo) describe su proceso como un rito de consagración:

Cuando hago un cosplay de Miku, no es solo coser y maquillarme. Es estudiar sus movimientos, su voz, su personalidad. Compro la tela con mis ahorros, paso

noches sin dormir, le pongo mi corazón. El día del evento, cuando me pongo la peluca, dejo de ser yo. Soy Miku. Y cuando el público aplaude, no aplaude a Miku, ni a mí. Aplauden la obra, el esfuerzo, la pasión. Eso es sagrado. (Comunicación personal, 30 de septiembre de 2023)

Esta ritualización productiva no es individualista. Es colectiva y colaborativa. Los fanarts se comparten para recibir feedback, los fanfics se leen en grupo, los AMVs se editan en equipo. Se crea una economía simbólica del don: se comparte conocimiento, tiempo, materiales, sin esperar recompensa monetaria, solo reconocimiento simbólico.

Dimensión 3: Lucha por el capital cultural como mecanismo de distinción e integración

Siguiendo a Bourdieu (1984), el consumo cultural es un campo de lucha por la distinción simbólica. En la comunidad otaku cubana, el capital cultural otaku conocimiento de series, mangakas, estudios, jerga, historia de Japón es la moneda de cambio para ganar estatus, respeto y poder dentro del grupo.

Las jerarquías del capital cultural

Se identifican tres niveles de poder:

1. Los gurús o enciclopedias vivientes: usuarios como Powerman o Nicoleta Con Leche, que dominan no solo el canon del anime, sino también su contexto histórico, cultural y técnico. Sus opiniones son ley. Como dice un encuestado: “Si Portman dice que un anime es malo, es malo. Él vio hasta los OVA de los 90 que nadie recuerda” (Comunicación personal, 25 de septiembre de 2023).
2. Los creadores o artistas: cosplayers como Hanabi, fanartists, editores de AMVs. Su capital no es solo cognitivo, sino estético y performativo. Son los que materializan la cultura otaku, la hacen visible. Tienen seguidores, admiradores, imitadores.
3. Los consumidores promedio: la gran mayoría. No producen, pero consumen activamente, comentan, comparten. Su capital es afectivo y de pertenencia: saben qué les gusta, defienden sus series, pero no tienen autoridad para definir lo bueno o malo.

Las luchas simbólicas: batallas por el canon

Las luchas por el capital cultural se manifiestan en batallas simbólicas por definir qué es auténtico, de calidad, de culto. El caso más emblemático es el del Gear 5 de *One Piece* (capítulo 1044, emitido en 2022). La nueva animación, más caricaturesca y surrealista, dividió a la comunidad.

En Otakus en Cuba, se generó una guerra de memes y comentarios que duró semanas. Un bando defendía el cambio como una evolución genial, fiel al espíritu loco de Oda. El otro lo tachaba de traición al realismo del manga, puro relleno para vender merchandising. Los administradores tuvieron que intervenir para evitar el linchamiento virtual. Como resume Adrián Pinares (Administrador de dos de los grupos estudiados): “El Gear 5 no fue un capítulo, fue un terremoto social. Mostró quién tenía autoridad para hablar, quién seguía a quién, quién se atrevía a desafiar al canon. Fue una lucha de clases dentro del otakuismo” (Comunicación personal, 21 de mayo de 2023).

La exclusión simbólica: los marginados

No todos pueden acceder al capital cultural. Quienes no cumplen con los códigos por falta de conocimiento, recursos o mal gusto son marginados simbólicamente. El caso más notorio es el de Humberto Williams Cosplay, un usuario cuyos cosplays son considerados de baja calidad por la comunidad (materiales pobres, poca fidelidad al personaje). En lugar de apoyo, recibe burlas, memes y exclusión. Como señala un encuestado: “Humberto es el chivo expiatorio. Nos reímos de él para sentirnos superiores, para marcar la frontera entre lo que es otaku de verdad y lo que no. Es cruel, pero es así” (Comunicación personal, 21 de mayo de 2023).

Esta exclusión no es solo virtual. Se extiende al espacio físico: en eventos, Humberto es ignorado, nadie se toma fotos con él, no gana concursos. Es un paria del campo otaku, cuya función es reforzar, por contraste, la identidad y el estatus de los auténticos.

Estos resultados permiten afirmar que el consumo del anime en Cuba no es un fenómeno importado, pasivo o alienante. Es un proceso activo, creativo y estratégico de apropiación, resignificación y producción cultural que da lugar a una cultura otaku criolla, híbrida, autónoma y profundamente arraigada en el contexto cubano.

Hacia una teoría de la cultura otaku criolla

La cultura otaku criolla se caracteriza por:

- **Hibridación radical:** mezcla elementos japoneses (estética, narrativas, valores) con referentes cubanos (humor, jerga, problemáticas cotidianas, imaginario revolucionario). Un meme puede mostrar a Luffy con la bandera cubana; un fanfic puede trasladar a Naruto a La Habana Vieja; un cosplay puede usar guayabera en lugar de kimono.
- **Autonomía cultural:** no depende de las industrias culturales globales ni del Estado cubano. Se autoorganiza, se autofinancia (a través del mercado informal), se autorregula. Como dice Ernesto Echeverría (fundador de Otaku.Va): “El Estado no nos da nada. Ni local, ni permiso, ni financiamiento. Todo lo hacemos nosotros: los eventos, las tiendas, los grupos, las traducciones. Somos una cultura paralela, pero real” (Comunicación personal, 20 de mayo 2022).
- **Resistencia simbólica:** el consumo otaku es una forma de resistencia a la homogeneización cultural (global y local). Frente a la cultura oficial (revolucionaria, didáctica) y a la cultura comercial global (hollywoodense, reguetonera), el otakuismo ofrece un tercer espacio simbólico: lúdico, crítico, internacionalista, pero profundamente local en su expresión.

El anime como motor de desarrollo social

Este fenómeno tiene implicaciones directas para el desarrollo social en Cuba:

- **Fortalecimiento del tejido social juvenil:** crea redes de apoyo, solidaridad y colaboración entre jóvenes que, en muchos casos, se sienten marginados por la sociedad seria y productiva. Como dice Ángel Ruz (actor, presentador de varios programas televisivos de animación y otaku): “En el barrio me llamaban raro, sobre todo cuando niño, ya luego uno va creciendo y ese tipo de prejuicios se mitigan, y uno encuentra en los grupos y redes otras personas con quien sentir afinidad” (Comunicación personal, 12 de noviembre de 2023).

- Desarrollo de competencias culturales y técnicas: los jóvenes otakus desarrollan habilidades valiosas: diseño gráfico, edición de video, traducción, gestión de comunidades, emprendimiento cultural, conocimiento de idiomas (japonés, inglés), pensamiento crítico, trabajo en equipo.
- Promoción de la creatividad y la innovación cultural: la cultura otaku criolla es un laboratorio de innovación: fusiona géneros, mezcla códigos, crea nuevos formatos (AMVs con música cubana, fanfics con personajes históricos cubanos, cosplays con materiales reciclados).
- Reivindicación del derecho a la diversidad cultural: frente a un mundo que impone cánones únicos (occidentales, comerciales), el otakuismo cubano defiende el derecho a consumir, crear y disfrutar otras culturas, a construir identidades múltiples y no hegemónicas.

Limitaciones y contradicciones

Sin embargo, este proceso no es idílico. Tiene contradicciones profundas:

- Elitismo cultural: la lucha por el capital cultural genera jerarquías, exclusión y violencia simbólica. No todos pueden ser gurús o artistas. Los marginados como Humberto Williams son el reverso oscuro de la comunidad.
- Comercialización y mercantilización: aunque nació como cultura autogestionada, el otakuismo se está mercantilizando. Las tiendas como Otaku.Va o Besto Store, aunque necesarias, introducen lógicas de mercado: quien tiene dinero hace mejores cosplays, compra más merchandising, gana más estatus.
- Desconexión política: la mayoría de los otakus declaran que su pasión es apolítica. Se refugian en la fantasía. Como dice un encuestado: “No quiero pensar en la crisis, en la cola, en el apagón. Quiero pensar en si Goku le gana a Superman”. (Comunicación personal, 22 de octubre de 2023). Esta despolitización limita su potencial transformador.

CONCLUSIONES

Este estudio demuestra que el consumo del anime entre jóvenes cubanos en Facebook es un fenómeno cultural complejo, activo y creativo, que va mucho más allá de la recepción pasiva. A través de prácticas de apropiación, ritualización y producción simbólica, estos jóvenes construyen una identidad otaku híbrida y performática, que les permite:

- Negociar su lugar en la sociedad cubana, creando espacios de pertenencia alternativos a los institucionales.
- Desarrollar capital cultural y habilidades creativas que les sirven en la vida personal y profesional.
- Resignificar su realidad a través del humor, la crítica y la fantasía, usando el anime como lente para interpretar (y escapar de) su contexto.

En un contexto de asimetría mediática global y limitaciones locales, las comunidades digitales de otakus en Cuba emergen como espacios de autonomía cultural, resistencia simbólica y creatividad colectiva. No son una subcultura marginal, sino una cultura emergente, con sus propias reglas, jerarquías, rituales y producción simbólica.

Este fenómeno tiene implicaciones profundas para el desarrollo social en Cuba. Muestra que la juventud, lejos de estar apática o alienada, es capaz de autoorganizarse, crear cultura y construir identidades alternativas frente a la doble presión de la cultura oficial y la cultura comercial global.

Sin embargo, también revela tensiones y contradicciones: el elitismo cultural, la mercantilización incipiente, la despolitización. Para que este potencial se realice plenamente, es necesario:

1. Reconocer y legitimar estas prácticas culturales desde las políticas públicas, no como entretenimiento, sino como cultura viva, creativa y socialmente relevante.
2. Apoyar su autonomía sin cooptarlas: facilitar espacios, visibilizar sus producciones, promover el intercambio con otras culturas (no solo japonesas).
3. Fomentar su dimensión crítica y política: ayudar a los jóvenes a conectar su pasión por el anime con la reflexión sobre su realidad cubana, latinoamericana y global.

Finalmente, este estudio invita a repensar la noción de desarrollo social en Cuba. No se trata solo de acceso a servicios básicos o empleo. Se trata también de derecho a la diversidad cultural, a la creatividad, a la construcción de identidades múltiples y a la autogestión simbólica. En eso, los otakus cubanos no son un problema. Son una solución, una esperanza, un modelo de resistencia cultural en la periferia global.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bourdieu, P. (2010). *El sentido social del gusto*. Siglo Veintiuno Editores.
- Bárcenas, K. & Preza, N. (2019). Desafíos de la etnografía digital en el trabajo de campo onlife. *Virtualis: revista de cultura digital*, 10 (18), 134-151. <https://doi.org/10.2123/virtualis.v10i18.287>
- Cobos, T. L. (2010). Animación japonesa y globalización: la latinización y la subcultura otaku en América Latina. *Razón y Palabra*. <http://www.razonypalabra.org.mx>
- De Certeau, M. (1979). *Les cultures populaires*. París, Francia.
- García Canelini, N. (1999). *Consumidores y ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización*. Grijalbo.
- Guerra, G. (2022). *Identidad Social de un grupo de Otakus en Cuba*. Tesis de Diploma. Universidad de La Habana, Cuba.
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los Medios a las Mediaciones*. Ed. Pablo de la Torre Brau.
- Mattelart, A., Mattelart, M. & López, A. (1977). *Historias de las teorías de la comunicación: Nueva edición revisada y ampliada*. Ed. Ediciones Paidós.
- Orozco, G. (1993). Dialéctica de la mediación televisiva, Estructuración de estrategias de recepción por los televidentes. *Dossier*, 15, 33-44.
- Torres Rodríguez, A. (2023). *El anime y el manga, factores que originan la subcultura otaku en Cuba*. Trabajo de curso. Universidad de La Habana, Cuba.

Conflicto de interés

Los autores declaran que no existe conflicto de interés.



Contribución autoral

Alejandro Torres Rodríguez: Conceptualización, análisis formal, investigación, metodología, visualización y redacción-borrador original.

Beatriz Fonseca Muñoz: Análisis formal, validación, visualización y redacción-revisión y edición.

Jennifer I. Villafaña Cruz: Análisis formal, visualización y redacción-revisión y edición.

Olga Rosa González Martín: Análisis formal, validación, visualización y redacción-revisión y edición.