

El anime como un posible influenciador en el proceso de decisión para estudiar Diseño Gráfico

Daniela Díaz Flores
Marcela Mendoza Vergara

RESUMEN

En este artículo se indaga sobre la posible influencia del anime en el proceso de decisión para estudiar Diseño Gráfico en estudiantes de primer año de la Facultad de Arte y Diseño (FAD) de la PUCP. Tiene como objetivo principal analizar de qué manera el anime pudo influir en este proceso. Asimismo, se busca identificar los posibles impactos tanto a nivel académico como cultural del anime en este contexto. Además, se examina el rol del anime en dicho proceso. Los resultados del estudio exponen al anime como una motivación que desencadena factores de gran importancia en el proceso de decisión, como el aprendizaje de fundamentos artísticos atractivos para los estudiantes y las oportunidades laborales que brinda el diseño. Además, se identifica al proceso de decisión como un suceso que involucra tanto a padres como a estudiantes y se manifiesta la identidad ocupacional que experimentan estos futuros diseñadores. Para esto, se hace uso de autores como Pierre Bourdieu, quien desarrolla el concepto de capital cultural; Tania Cobos, Natalia Robledo Rodríguez y Francisco Arias Álvarez, quienes estudian el anime en una población universitaria de Colombia; Figueroa de Amorós, quien expone y analiza el concepto de identidad ocupacional, denominado por Bohoslavsky; Manifold, quien expone los beneficios e influencia del *fanart* en el desarrollo artístico de los estudiantes, entre otros.

Palabras claves: diseño, anime, factores, elección vocacional, capital cultural, *fandom*.

ABSTRACT

This article investigates the possible influence of anime in the decision-making process to study Graphic Design in first-year students of the FAD of the PUCP. Its main objective is to analyze how anime could influence this process. Likewise, it sought to identify the possible impacts of anime both at an academic and cultural level in this context. In addition, the role of anime in this process was examined. The results of the study expose anime as a motivation that triggers factors of great importance in the decision-making process such as learning artistic fundamentals that are attractive to students and the job opportunities that design provides. In addition, the decision-making process is identified as an event that involves parents as well as students and the occupational identity that these future designers experience is revealed. To this end, authors such as Pierre Bourdieu are used, who explains the concept of cultural capital; Tania Cobos, Robledo Rodríguez and Arias Álvarez, who study anime in a university population in Colombia; Figueroa de Amorós, who presents and analyzes the concept of occupational identity called by Bohoslavsky; Manifold, who exposes the benefits and influence of fanart in the artistic development of students, among others.

Keywords: design, anime, factors, vocational choice, cultural capital, *fandom*.

1. INTRODUCCIÓN

El tema de investigación del presente artículo se desarrolla en un contexto de globalización, específicamente en su dimensión cultural. En esta surge un gran número de exportaciones de productos culturales, como el cine y la televisión, así como de innovaciones tecnológicas, entre las que se destaca el Internet (Cobos, 2010). Con estas exportaciones, además, se propagan las identidades culturales locales que los caracterizan. En el caso de esta investigación, encontramos al anime como producto cultural originario de Japón. Así, se puede hablar de la existencia de una influencia cultural en la población que consume estas exportaciones (Cobos et al., 2023).

Debido a este aspecto de la globalización, autores como Iwabuchi (2002) señalan la llegada de la cultura pop japonesa a diversos países a través de sus dibujos animados o animes. A partir de lo señalado, se puede entender al *anime* como un producto cultural y de entretenimiento que influye en la vida cotidiana e identidad de la audiencia a la que se dirige. Así y como consecuencia de la llegada del anime a América Latina en la década de los años setenta del siglo XX, se evidencia una *orientalización* en la población y la aparición de la subcultura *otaku* (Cobos, 2010). Por último, los *otakus* manifiestan el impacto del anime en sus vidas y su interés por este producto cultural mediante la realización de actividades culturales y artísticas, como el *cosplay* y la creación de *fanart* (Cobos et al., 2023).

A partir de este fenómeno, muchos jóvenes latinoamericanos adquieren un gusto por el anime, puesto que están expuestos a este desde muy jóvenes. En esta investigación, se busca entender cómo este gusto puede extenderse a no solo un gusto y puede llegar a influenciar de distintas maneras a estos jóvenes. Así, se aborda en específico la pregunta: ¿cómo puede llegar el anime a influenciar a estudiantes en la decisión en su proceso de elección de carrera universitaria?

2. ESTADO DE LA CUESTIÓN

Al investigar el anime y su influencia en su audiencia alrededor del mundo, resulta difícil excluirlo de términos como *mass media*, industrias culturales y, especialmente, globalización (Cobos, 2010); por ende, también de artículos que mencionan estos términos. Con el avance de la globalización, de los medios digitales modernos y de la tecnología, las industrias de la animación, del cómic y videojuegos (conocidas por las siglas ACG) se han vuelto un elemento crucial en la cultura popular japonesa (Ho et al., 2019). Luego, debido a la globalización, se han extendido e interiorizado en distintos países; entre ellos, países de América Latina (Cobos, 2010).

El anime es un producto de entretenimiento que tiene una audiencia global y se incluye entre aquellos que esta prefiere. Además, se ha vuelto un componente cultural influyente en la vida cotidiana de sus espectadores. Esto se debe sobre todo a su estética y al uso de una narrativa diferente a la que se suele observar en animaciones occidentales.

Tania Cobos, et al. (2023) describen al *anime* como un producto cultural en el que se evidencian aspectos sociales, culturales y cotidianos de Japón, así como su historia; además, muestra influencias de China, Estados Unidos y Europa.

Estos autores también recalcan la variedad de historias, personajes y mundos creados en el anime como un género atractivo para los espectadores. Asimismo, Intriago y Rodríguez (2018) sostienen que la animación japonesa fue introducida al mundo gracias a la intervención de las industrias culturales. Todos estos autores coinciden en que el anime no solo refleja la cultura nipona, sino que también se nutre de una cultura globalizada que luego transmite a su audiencia.

Dentro de esta audiencia y enfocándonos en los actores de esta investigación, Arnett (2002), al igual que Kamaruddin y Mokhlis (2003), desarrollan el término «adolescentes globales», que hace referencia al incremento masivo de consumidores jóvenes de los diversos mercados o industrias globales. Niu, et al. (2012) sostienen que la globalización y la omnipresencia del Internet han permitido un ambiente óptimo para que estos adolescentes globales entren a la «era de la visualización». Se puede entender de su estudio que existe una cadena de sucesos y consecuencias que propician la popularización del anime en los adolescentes globales: a partir de este progreso de la tecnología y del Internet, se produce un impacto social y cultural propiciado por el *mass media* y del generalizado uso de las computadoras, lo que a su vez genera un punto de convergencia entre la animación japonesa y los adolescentes globales.

Igualmente, Intriago y Rodríguez (2018) sostienen que los estudiantes universitarios, al tener un acceso gratuito y rápido a redes sociales o a páginas de *streaming* desde muy temprana edad, les es más fácil acceder al anime. Con respecto a la vinculación de la edad con el rápido acceso a animes a través del Internet, Takana (2002, citado en Niu, 2012) propone que los adolescentes nacidos en la era digital acceden a equipos electrónicos como si estos fueran extensiones de sus cuerpos.

En esta investigación, que se relaciona a la influencia del anime en estudiantes universitarios, titulada «Influencia cultural del anime japonés en la recepción de estudiantes de Diseño Gráfico de la Universidad de Guayaquil», Intriago y Rodríguez (2018), orientan su análisis a la influencia cultural del anime en la recepción comunicológica de estudiantes de Diseño Gráfico a través de la construcción de sus imaginarios sociales. Esta investigación maneja una metodología cuantitativa; sin embargo, también usa técnicas cualitativas, como el test proyectivo, en el que presenta una imagen a su público y les pregunta acerca de ella. Por otro lado, se señala que el anime, así como todo producto de entretenimiento, posee cargas ideológicas. Estos, al ser expuestos por un tiempo prolongado al público, logran influir en su vida cotidiana (Cobos, et al, 2023) y en la construcción de aficiones del *fandom*, también conocidos como otakus (Intriago y Rodríguez, 2018).

Sobre la comunidad otaku, Cobos, Robledo Rodríguez y Arias Álvarez (2023) sostienen que, en torno al anime, surgen comunidades de fans que responden a una dinámica de hibridación cultural. Ellos exponen su interés y fanatismo por el anime a través de distintas expresiones culturales, como la asistencia a eventos temáticos, y expresiones artísticas como el *cosplay* y la creación de *fanart*. Además:

[...] el anime permea a otros medios o expresiones creativas; un ejemplo en la pintura lo provee el trabajo de Jed Henry, artista e ilustrador cuya fascinación por la cultura japonesa en su totalidad lo lleva a elaborar interesantes piezas artísticas en las que personajes de series de anime o de franquicias de videojuegos son representados según estilos pictóricos clásicos del arte japonés (Oliva-Abarca, 2018, p. 88).

A partir de esta cita, podemos observar la influencia directa que tienen las expresiones artísticas de Japón en artistas no nativos; en este sentido, observarlo desde los estudiantes que ingresan a la universidad a estudiar Diseño Gráfico resulta de gran interés. Asimismo, en cuanto a las motivaciones que tiene esta comunidad de fans para ver anime, Arias Álvarez, Robledo Rodríguez y Cobos (2020) señalan, al igual que Intriago y Rodríguez (2018), que la popularidad y consumo del anime se deben tanto a la estética propuesta como a la narrativa. También sostiene que, «ya sea por lo novedoso de sus temáticas o la singularidad en la forma de abordarlas» (Arias Álvarez et al., 2020, p. 69), los otakus se movilizan para demostrar su afición mediante el consumo de *merchandising* y generando una comunidad.

Por otro lado, el artículo «El otaku occidental: motivaciones de la audiencia portuguesa para ver anime», de Gonçalves, Navio y Moura (2021), sostiene que, debido a diversos estudios previos, se sugiere la existencia de razones diferentes, pero entrelazadas entre sí, que explican la popularidad del anime fuera de Japón. Este estudio hace referencia a la libertad que emiten los códigos culturales del anime a su audiencia extranjera, fomentando las posibilidades de volverse significativo e influyente en este público.

Si bien estos autores señalan como segunda motivación las características únicas del anime —vistas desde los ojos de espectadores occidentales—, como la estética o la narrativa, esto no culmina en una motivación totalmente gráfica. Gonçalves, Navio y Moura (2021) sostienen que estos aspectos gráficos influyen en motivaciones escapistas. Es decir, provocan el deseo de alejarse de las realidades locales y motivan la inclinación hacia representaciones de lo que está lejos (en este caso, Japón y sus especificidades). A partir de esto, Napier (2001, citado en Gonçalves et al., 2021) añade aspectos provocados por el anime. Por ejemplo, el anime propicia el trabajo simultáneo de las identidades locales y globales, de las influencias nacionales e internacionales y de temas cotidianos y trascendentales. Esto también puede entenderse como una experiencia multicultural, como mencionan tanto Leung (2008) como Aytug et al. (2018, citado en Liu, et al., 2019). Esto se refiere a las experiencias directas e indirectas que las personas obtienen cuando se comunican o conectan con miembros o elementos de otras culturas.

Koichi Iwabuchi menciona que su idea del «olor cultural» se basa en la toma de referencias a partir de imágenes simbólicas claramente difundidas del país de origen y del estilo de vida del país, o incluso de imágenes étnicas y corporales (2002, p. 28).

Por otro lado, Masami Toku (2001) menciona, como motivador para ver anime, la atracción visual omnipresente que sienten los estudiantes de primaria y secundaria por los medios digitales masivos, como la televisión, películas y series. Sin embargo, la autora lo relaciona con el campo del desarrollo artístico. Señala que existe una clara influencia de la cultura pop japonesa y su estética en el desarrollo artístico de los estudiantes sin importar su cultura.

Toku (2001) concluye su investigación mencionando la importancia y el poder que tiene la cultura pop, sus productos —entre ellos, el anime, el manga, los videojuegos— y su estética sobre los estudiantes escolares; ya que, a partir de esto, se pueden brindar motivaciones para crear sus propios valores e identidades, artística y académica, a los escolares. Esto nos deja un panorama en el que la influencia del anime y el manga puede traspasar al ámbito educativo.

3. METODOLOGÍA

El proceso de elección de carrera abarca diferentes factores y conceptos, como la identidad ocupacional y el capital cultural. Entre estos factores, se encuentran los intereses personales y los medios digitales masivos; asimismo, dentro de estos se encuentra el anime. A partir de ello, se entiende que el proceso de elección de carrera es un tema con diferentes variantes y conceptos que la explican, por lo que resulta necesario definirlo de manera más concisa e identificar de forma más clara en dónde participa el anime. Considerando lo anterior, este artículo aborda las siguientes preguntas de investigación: ¿De qué manera el anime pudo influir en el proceso de decisión para estudiar Diseño Gráfico en estudiantes de primer año (2023-1) de la FAD de la PUCP?, ¿Cómo es el proceso de decisión para estudiar Diseño Gráfico en los estudiantes antes mencionados?, ¿qué rol juega el anime en el proceso de decisión para estudiar Diseño Gráfico en los estudiantes antes mencionados? Mediante estas preguntas, se busca analizar la presencia o influencia del anime en el proceso de elección vocacional de estos futuros diseñadores; además, se busca explicar este proceso, sus factores y actores.

La entrevista es una técnica cualitativa, ya que implica la recolección de datos y observaciones mientras se mantiene una conversación entre el entrevistado y el investigador. Esta estrategia tiene como objetivo recolectar información detallada sobre un tema en específico; sin embargo, se presenta exteriormente como una conversación entre investigadora y entrevistado. Se emplearon preguntas abiertas para que de esta forma el entrevistado pueda explayarse en sus respuestas y no se limite a comunicarse mediante respuestas cortas, lo que permitió entender las motivaciones profundas de los sujetos. La entrevista se aplicó a 6 estudiantes del primer año de Diseño Gráfico de la FAD de la PUCP. Al encontrarse en su primer año de cursos generales, no cuentan con la influencia de cursos más ligados a la carrera de Diseño Gráfico, como sí podría darse en el caso de estudiantes de tercer año en adelante. Esto propicia que los entrevistados puedan responder de una forma más libre y sin influencia de los cursos propios de la carrera. Por otro lado, se utilizó la observación participante para analizar las reacciones corporales o anímicas de los actores en relación a las preguntas realizadas. También se usó la observación digital y de dibujos pertenecientes a los entrevistados.

Las preguntas se dividieron en dos sectores:

- 1.** La primera sección está en relación a cómo el estudiante se introdujo y creció junto al anime. Asimismo, qué otros tipos de productos relacionados al anime consume (mangas, Funko Pops, muñecos coleccionables, *fanarts*, stickers, parte de la vestimenta de sus personajes favoritos, entre otros). En esta sección, se encuentran preguntas como: ¿cuál es tu anime favorito?, ¿cómo conociste el anime?, ¿quién te introdujo al anime?, ¿qué otros productos relacionados al anime consumes?, entre otras.
- 2.** La segunda sección abordó aspectos relacionados con el proceso de decisión para estudiar Diseño Gráfico. Aquí se encuentran preguntas como: ¿alguien en tu familia o en tu círculo de amigos comparte tu afición por el dibujo?, ¿por qué decidiste estudiar Diseño Gráfico?, ¿por qué decidiste estudiar en la PUCP?

En cuanto a la observación digital y de dibujos, estas se realizaron durante y después de las entrevistas. Con esta metodología, pudimos obtener información acerca de los elementos gráficos que utilizan los entrevistados en sus dibujos y las características de estos, lo que nos permitió compararlos con dibujos realizados por *mangakas* que muestran un claro «estilo anime».

4. MARCO TEÓRICO Y DE CATEGORÍAS

Para esta investigación, definiremos al anime como un producto, fenómeno cultural y visual que hace referencia a los dibujos animados o caricaturas para la televisión realizadas en Japón. Además, bajo la perspectiva de la globalización, entenderemos que el anime es introducido al mundo a partir de las industrias culturales.

Para esta definición, se usaron los artículos realizados por autores como Tania Cobos, et al. (2023); Intriago y Rodríguez (2018); y Hernández-Pérez (2019). Ellos hacen referencia al anime como una industria propia del mercado global (Hernández-Pérez, 2019). Además, cuenta con la capacidad de generar intereses y gustos en su audiencia debido a que se le atribuye una carga ideológica que, bajo la prolongada exposición a sus perceptores, puede influir en distintos aspectos de sus vidas.

Además, definiendo al anime como un producto de la cultura pop japonesa, Masami Toku (2001) sostiene que existe una clara influencia de esta y sus productos en el desarrollo artístico de los estudiantes sin importar su cultura. Por ello, es importante reevaluar la relevancia y el poder que tiene sobre los estudiantes, ya que, a partir de ella, podemos brindar motivación para crear sus propios valores e identidades.

5. CONCEPTOS CLAVE

El concepto de globalización y otros términos que se relacionan a este, como la era digital, las industrias culturales y los medios digitales y masivos, son un punto de partida para esta investigación, conceptos a partir de los cuales podemos analizar el punto de encuentro entre el anime y su audiencia juvenil en el Perú. La globalización permite un rápido y fácil acceso a medios tecnológicos y digitales masivos. Así, los adolescentes, en especial los que nacieron en el apogeo de la era digital, acceden de manera sencilla a medios como la televisión o a páginas de *streaming* que cuentan con productos extranjeros, el anime entre ellos.

Para apoyar estas ideas, utilizaremos artículos realizados por autores como Hatami (2018), quien señala la importancia de los avances en el campo de las tecnologías de información y comunicación (TIC), ya que esto ha hecho más sencilla la interacción entre los distintos estilos de vida de las personas de una misma comunidad Y, lo que es más importante para esta investigación, ha permitido la interacción entre comunidades extranjeras. Asimismo, Toku (2001) señala que la atracción visual que sienten los estudiantes de primaria y secundaria por los medios digitales masivos, como la televisión, películas, etc., es omnipresente e influye directamente en ellos.

5.1. Otakus

En nuestra investigación, definiremos a los otakus como fanáticos del anime y manga; además, como entusiastas de las actividades que se desglosan de estos, como el *cosplay* y la creación de *fanart*. También los estudiaremos en un contexto en el que la globalización juega un papel importante en la conexión de esta comunidad y el anime.

Para apoyar esta idea, utilizaremos investigaciones como *La cultura juvenil otaku: expresión de la posmodernidad* de Menkes (2012), en la que se sostiene que los otakus tienden a convivir entre ellos y a consumir los productos derivados del anime, manga y videojuegos japoneses. Además, el autor concluye:

Los jóvenes otakus son la primera generación multimedia y viven en un mundo cada vez más global, sobre-mediatisado, invadido por las altas tecnologías y sometidos a la implacable competencia que rige las relaciones dentro de la sociedad neoliberal. Su afición constituye un intento más por contactarse con este mundo y hallar sus puntos de referencia, tratando de afirmar su identidad en relación a un territorio al que sienten pertenecer y del que, a la vez, dependen (Menkes, 2012, pp. 59-60)

5.2. Fanart

El *fanart* es abordado, en esta investigación, como el resultado del impacto de la narrativa y su rol en la construcción de identidades propias de los otakus.

Las investigaciones de Manifold (2009, 2013) apoyan esta idea al mencionar que durante la adolescencia existe una importante etapa caracterizada por el desarrollo artístico (Boyd, 2007, p. 21). Danah Boyd agrega que los adolescentes, además de demostrar interés por el dibujo realista, también demuestran interés por sus personajes favoritos y por narrativas de la cultura popular. Así, los estudiantes convierten a los personajes y narrativas en sus modelos plásticos y es a través de ellos que construyen o crean una identidad artística y personal entre su comunidad (Boyd, 2007, p. 21).

Manifold menciona que sus investigaciones apoyan las ideas de Wilson (1974, citado en Manifold, 2013, p. 13), en las que se afirma que los adolescentes y jóvenes se encuentran motivados en crear e ilustrar historias inventadas en las cuales, usualmente, aparecen personajes de la cultura popular. Así, a partir de esta motivación, los estudiantes buscan ampliar sus conocimientos acerca de distintos fundamentos gráficos, ilustración, etc. Para complementar esto, Natsume (1999, citado en Toku, 2001) sostiene que cuando aprendemos necesitamos del poder de la motivación: nos debería gustar algo, estar interesadas en eso y ese algo debe ser divertido.

6. IDENTIDAD OCUPACIONAL

La identidad ocupacional es una dimensión vinculada al desarrollo de la identidad en su conjunto, la cual no puede ser disociada de manera absoluta de otros aspectos, como la identidad sexual, familiar o cualquier otra faceta, debido a que la personalidad o identidad operan como un sistema integrado. Asimismo, como sostiene Villada, «el estudiante tiene que definir su futuro e identidad

ocupacional en plena crisis puberal y psicológica» (citado en Bravo Torres y Vergara Tamayo, 2018, p. 49).

La identidad ocupacional es cómo se aprecia uno en relación a su trabajo u ocupación. De esta forma, podemos analizar cómo ciertos estudiantes de Diseño Gráfico han sido influenciados por distintos factores, siendo parte de su identidad ocupacional los ligados también a su desarrollo de identidad, donde, en ciertos casos, se tiene al anime como interés.

7. FACTORES EN LA TOMA DE DECISIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA

Para esta investigación, se definen los factores como los influenciadores en los jóvenes al elegir una carrera universitaria. Se busca explorar, dentro de los factores concretos por los que pasan los estudiantes al tomar esta decisión, sus motivaciones para analizar cómo estos se relacionan con el anime.

El proceso de elección de una carrera universitaria se ve influenciado por distintos factores, como los intereses personales, la familia, la economía y los medios digitales (Bravo Torres y Vergara Tamayo, 2018). Para esta investigación, se tendrán en cuenta, como factores principales, los medios digitales masivos y los intereses personales, ya que en ambas categorías se encuentra el anime. Además, se considerará la conclusión brindada por Bravo Torres y Vergara Tamayo:

La elección de carrera determinará el presente y el futuro no solo de la persona sino también de su familia y del contexto social donde se desenvuelve, de manera que en su presente constituye una inversión de tiempo y dinero que indudablemente le puede sumar o restar a su condición socioeconómica y/o la de su familia; y en el futuro representará la calidad de vida en términos de comodidad, plenitud, felicidad, infelicidad o inconformidad, si a esto agregamos que “al comienzo de la planificación de la carrera profesional, a menudo tienen lugar consideraciones sobre la profesión en la que una persona se encuentra mejor” (Rauduvaité y Lasauskienė, 2013, p. 175), además de repercutir en el entorno social de acuerdo al desempeño de su labor (Bravo Torres y Vergara Tamayo, 2018, p. 55).

Esta conclusión nos permitirá unir los argumentos de esta sección con el concepto de «capital cultural».

8. CAPITAL CULTURAL

Este es un concepto sociológico acuñado por Pierre Bourdieu. Para esta investigación, nos basaremos en la definición dada por este autor en el capítulo «Las formas de capital del libro poder, derecho y clases sociales» (2000). Bourdieu menciona:

El capital es trabajo acumulado, bien en 1a forma de materia, bien en forma interiorizada o “incorporada”. Cuando agentes individuales o grupos se apropián de capital privada o exclusivamente, posibilitan también, gracias a ello, la apropiación de energía social en forma de trabajo vivo o de trabajo cosificado (2000, p. 131).

A lo largo de este capítulo, Bourdieu nos indica que el conocimiento, la educación, los objetos heredados, las destrezas y los beneficios que poseen las personas y que les asignan cierto estatus social son formas de capital cultural. Así, el concepto de capital cultural actúa y sirve como una categoría de investigación que engloba y relaciona el **habitus** inherente de una persona con la producción y consumo de bienes culturales, como el anime, además de vincular esto con la necesidad que tienen los padres de garantizar un capital cultural institucionalizado en sus hijos.

9. DISCUSIÓN

En el proceso de elección de una carrera universitaria, se aprecian distintos factores que influencian en el estudiante, los cuales pueden ser familiares, económicos, culturales y personales. En el presente estudio, los entrevistados han indicado que su gusto por las actividades artísticas, como el dibujo, la escultura o las manualidades, han sido el factor más relevante durante su proceso de elección de carrera. La mayoría de los entrevistados indicó que este interés artístico estuvo presente en ellos desde su niñez. Esto debido a diferentes factores, como la influencia de sus familiares, quienes también realizaban actividades artísticas, o por un gusto innato desde su infancia que sus padres se encargaron de continuar fomentando.

Bravo Torres y Vergara Tamayo (2018) indican que los intereses personales son el factor predominante en la elección de una carrera universitaria. Así, podemos entender que los estudiantes anteponen sus gustos por encima de otros factores, como las oportunidades laborales de dicha carrera universitaria o las críticas sociales que podrían recibir. Asimismo, afirman una nueva autonomía que diferencia esta decisión de otras hechas durante la adolescencia. Figueroa de Amorós, a partir de este nuevo individualismo que surge en los estudiantes, sostiene que: «Cada joven que ingresa a la Universidad se transforma en una promesa individual e invaluable, que se cumplirá si se forma adecuadamente, no sólo desde el punto vista académico profesional, sino desde el punto de vista de los valores y del servicio a la comunidad» (1993, p. 5).

Los entrevistados señalan que, a partir de sus intereses, sus opciones para la carrera universitaria se limitaban a alternativas artísticas, siendo Arquitectura, en algunos casos, la posibilidad de la que poseían mayor información. Sin embargo, las opciones fueron expandiéndose debido a distintos factores, como la propia búsqueda de información, así como la influencia del colegio y la de los padres.

En primer lugar, la propia búsqueda de información acerca de distintas carreras universitarias les permitió descubrir opciones laborales como la ilustración, el diseño de personajes y la animación. Estas son opciones laborales que, ellos mencionan, se adecúan a sus intereses, les brindarían satisfacción y, por ende, se esforzarían por desempeñar de la mejor manera. Es a partir de esto que ellos logran adquirir una identidad ocupacional, ya que sus intereses coinciden con la decisión acertada de una carrera (Figueroa de Amorós, 1993).

Esto, no obstante, no se cumple con totalidad. Para Figueroa de Amorós: «Esta identidad ocupacional significa la integración de las distintas identificaciones; el joven sabe qué es lo que quiere hacer, de qué manera y en qué contexto» (1993, p. 6). En el caso de los entrevistados, el contexto no les parece favorecedor, debido a que ellos perciben que las opciones profesionales en el ámbito artístico o de diseño son limitadas en Perú. Esto puede ejemplificarse con el caso de uno

de los entrevistados que tuvo que mudarse de Cusco (ciudad ubicada en la sierra peruana) a la capital, Lima, ya que las opciones laborales que él tenía en cuanto a sus intereses era aún más limitada en su ciudad natal.

La mayoría de los entrevistados menciona haber tomado en cuenta la opción de estudiar ilustración o animación de manera técnica; sin embargo, sus padres, que hasta esas instancias habían apoyado las decisiones profesionales de sus hijos, prefieren brindarles un capital cultural institucionalizado de mayor prestigio que el que puede brindar un instituto superior.

Asimismo, los estudiantes entrevistados mencionan que un factor importante de su decisión para estudiar Diseño Gráfico, especialmente en la decisión de dónde estudiar, son sus padres.

La mayoría de los entrevistados indicó que sus padres no se opusieron a su decisión de estudiar Diseño Gráfico con la condición que estudiaran en la PUCP. Esto puede comprenderse a partir de la teoría de capital cultural de Bourdieu, específicamente del capital cultural institucionalizado. Este se refiere al reconocimiento brindado a las personas por medio de instituciones legales. En este caso, podemos optar por el título académico como el reconocimiento y a la institución como la universidad (PUCP).

Así, podemos explicar que, aunque el proceso de decisión para estudiar Diseño Gráfico de estos estudiantes puede resultar satisfactorio en cuanto a unir sus intereses con su profesión, esta se ve condicionada por la necesidad que tienen sus padres por brindarles un «certificado de competencia cultural que confiere a su portador un valor convencional duradero y legalmente garantizado».

Bourdieu ejemplifica esto: «[...] establecerse una diferencia entre el capital cultural del autodidacta, siempre sujeto a la carga de su demostración, y el capital cultural académicamente sancionado y garantizado de forma legal mediante títulos, que son (formalmente) independientes de la persona de su portador» (2000, p. 146).

Por otro lado, el capital cultural no solo abarca la educación y ventajas que buscan brindarles los padres de los entrevistados a sus hijos. Cada entrevistado cuenta con su propio capital cultural que «muchas veces se manifiesta a través de los intereses y el consumo cultural del individuo» (Xu y Hampden-Thompson, 2012).

Debido a la globalización, los adolescentes, sobre todo los que nacieron en el apogeo de la era digital, acceden de manera sencilla a medios como la televisión o a páginas de *streaming* que cuentan con productos extranjeros, entre ellos el anime. Intriago y Rodríguez (2018) señalan que este es capaz de generar intereses y gustos en su audiencia. Además, al tener una carga ideológica, puede llegar a influir en distintos aspectos de las vidas de sus consumidores (Cobos et al., 2023).

En esta investigación, las entrevistas realizadas nos indican que los actores, al pertenecer a esta generación globalizada y contar con cómodo acceso a la televisión y al Internet, sienten que el contacto con el anime es un suceso común de su niñez. Ya sea porque vieron animes transmitidos en canales televisivos como Cartoon Network o porque sus familiares, especialmente hermanos mayores, consumían anime y, como consecuencia, empezaron a imitar este comportamiento. Por otro lado, al analizar las edades que tenían los entrevistados cuando sucedió su primer contacto con el anime (entre 10 y 13 años), podemos comprender que tuvo algún tipo de influencia en sus vidas, según lo propuesto por Cobos et al. (2023).

La influencia del anime, tanto de su narrativa como de su gráfica, se puede clasificar, como menciona Toku (2001), como omnipresente; sin embargo, no en todos los casos analizados es directa o reconocida por los entrevistados. Solo

en dos casos, el anime resultó ser un hallazgo relevante en la motivación para crear sus propios valores e identidades como futuros diseñadores o artistas (este último término lo usa la mayoría de entrevistados para nombrar su identidad ocupacional).

En el primer caso, una estudiante, desde temprana edad, tenía como pasatiempo el dibujo, en especial el de indumentaria; además, menciona que su sueño era dedicarse al diseño de modas. Sin embargo, al entrar en contacto con el anime durante sus últimos años de primaria, las temáticas de sus dibujos cambiaron a la imitación de sus personajes de anime preferidos y a la creación de historias y personajes propios. Al mismo tiempo, decidió que quería dedicarse a la ilustración, específicamente a la ilustración editorial.

En el segundo caso, una estudiante comenzó a dibujar luego de su contacto con el anime; sin embargo, esto no se dio inmediatamente. La entrevistada mencionó que el anime, antes de influir en su desarrollo artístico, influyó en su desarrollo emocional y psicológico, ya que la narrativa y los temas abordados en los animes que veía le traían consuelo y le brindaban lecciones de vida. Conforme iba desarrollando su afición por el anime, también fue desarrollando la necesidad de imitar el dibujo de los animes que observaba. Como consecuencia de esto, el dibujo y la creación de personajes se volvió una opción de carrera profesional para ella.

Como se puede inferir de ambos casos, el anime fue un factor importante no solo en su desarrollo artístico, sino también en su decisión de carrera profesional, pero esto no se dio en los demás casos. En el resto de casos analizados, los entrevistados mantenían una afición profunda por las expresiones artísticas (dibujo, manualidades) y tenían una idea de que la profesión que elegirían en un futuro estaría relacionada con el arte o el diseño gráfico, antes de desarrollar su gusto por el anime. Las entrevistas de estos últimos estudiantes permiten señalar que el rol del anime en su proceso de decisión de carrera profesional no fue tan relevante, ya que solo se observaron cambios en la gráfica y técnica de sus dibujos. Es decir, empezaron a imitar el «estilo anime/manga» en sus dibujos, pero esto no alteró su decisión para estudiar diseño, ya que esta decisión la habían tomado antes de entrar en contacto con el anime.

Por otro lado, se analizó la participación de los estudiantes en la comunidad o *fandom* del anime. La mayoría señaló tener pocos amigos con los que compartir su afición y que sus conversaciones sobre el tema o sus productos derivados (como el manga, videojuegos o *fanarts*) suelen ser muy escasos. Además, evitaban definirse como otakus o fanáticos apasionados. Durante esta sección de la entrevista, se mostraban incómodos o pensativos, lo que los llevaba a mencionar que mantenían un comportamiento pasivo dentro de la comunidad o *fandom*. Ellos sostienen que aún es un tabú social mencionar que pertenecen a la comunidad otaku, ya que podrían ser blancos de prejuicios sociales. Esto contradice en cierto punto el argumento de Menkes (2012) en el que menciona que los otakus tienden a convivir entre ellos.

No obstante, las interacciones virtuales dadas por redes sociales (como X) son mucho más comunes entre los estudiantes entrevistados. Como señala Hatami (2018), los avances en el campo de las TIC han permitido que estos estudiantes contacten con miembros de la comunidad otaku mediante Internet. Podemos entender como miembros de la comunidad a los *mangakas* o a los estudios de animación japoneses. Los entrevistados mencionan que estos miembros se vuelven puntos de referencia no solo para su desarrollo artístico,

sino que también los motivan profesionalmente: la mayoría de los entrevistados señala que tienen como meta profesional trabajar en proyectos de animación o ilustración como sus *mangakas* favoritos.

Esto puede ser comprendido a partir de lo señalado por Menkes: «Su afición constituye un intento más por contactarse con este mundo y hallar sus puntos de referencia, tratando de afirmar su identidad en relación a un territorio al que sienten pertenecer y del que, a la vez, dependen» (2012, pp. 59-60). En este sentido, el anime se vuelve una conexión entre el estudiante y una nueva comunidad que le permitirá ampliar sus opciones laborales como futuro diseñador gráfico.

Asimismo, los entrevistados señalan que, a pesar de no compartir recurrentemente su gusto por el anime con sus amigos, sí lo hacen con mayor frecuencia con amigos virtuales. Estas son amistades formadas a través de redes sociales, especialmente X (antes Twitter), con quienes suelen compartir información acerca de los animes que están viendo, memes e incluso *fanart*.

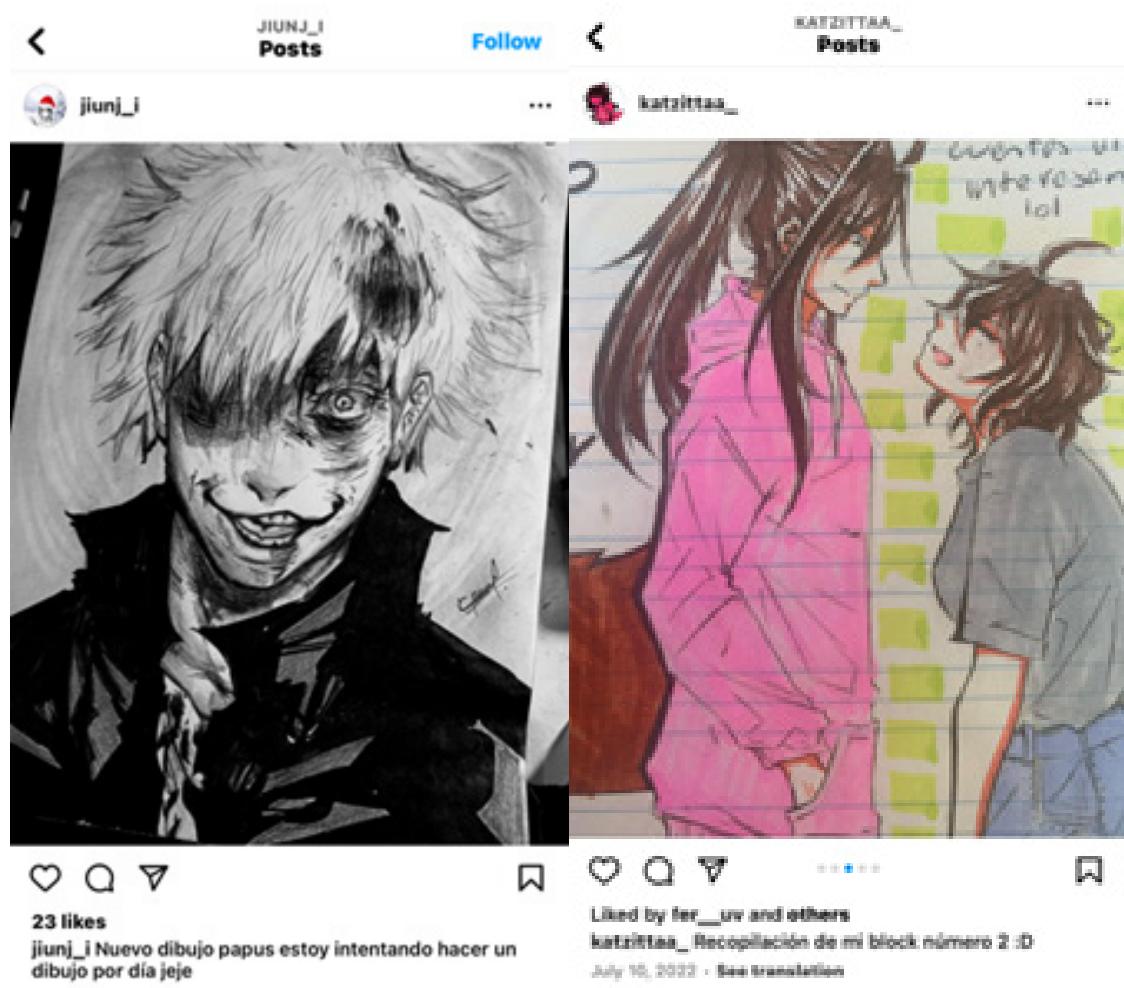
Durante la entrevista, se abordó el tema del *fanart* como un medio de desarrollo artístico y como el resultado del impacto del anime en la producción de estos futuros diseñadores. La mayoría de los estudiantes mencionó haber imitado el dibujo de sus personajes de anime favoritos o de alguna escena interesante de los animes que veían. Cabe mencionar que ellos sienten que esta acción de imitar el estilo anime es común que suceda en los inicios de toda persona que le gusta dibujar. Sin embargo, la diferencia entre las respuestas dadas por los estudiantes recae en lo conscientes o inconscientes que están acerca de la influencia de las características gráficas del anime en su forma de dibujar o en sus producciones gráficas.

Tabla 1

Preguntas: «¿Cómo describirías tu estilo de dibujo?
¿Encuentras diferencias entre cómo dibujabas antes y cómo dibujas ahora?»

Entrevistado	Respuesta	Observación
Entrevistado 1	<ul style="list-style-type: none"> * Se inspira en Junji Ito y en el terror analógico. * Actualmente, dibuja anime, pero ya no copiando, sino «pegado a su estilo». * El estilo anime y la «acción de copiar» es una zona de confort de la que decidió salir. 	<ul style="list-style-type: none"> * El estilo se observa con características influenciadas por el estilo anime. * Nos mostró su cuenta de Instagram en la que ha subido algunos dibujos, como podemos ver en la figura 1.
Entrevistado 2	<ul style="list-style-type: none"> * Antes su estilo era como el anime y ahora es más «garabato» (referido a un estilo más orgánico). 	<ul style="list-style-type: none"> * A pesar de lo mencionado, el estilo se observa con características influenciadas por el estilo anime. * Nos mostró su cuaderno de dibujos.
Entrevistado 3	<ul style="list-style-type: none"> * Cuando le empezó a gustar el anime, sus dibujos empezaron a ser imitaciones de lo que veía. * Él cree que si mejoraba mientras imitaba. * Ahora sus dibujos se adecúan a un estilo realista porque es lo que solicitan en sus cursos de la universidad. 	<ul style="list-style-type: none"> * No mostró sus dibujos porque no cree que sean lo suficientemente buenos.

Entrevistado	Respuesta	Observación
Entrevistado 4	<ul style="list-style-type: none"> * Empezó a dibujar más luego de ingresar a la FAD. Antes sus dibujos eran muy «básicos». * Cree que puede darle un uso de aprendizaje al anime/manga: observar una escena y tratar de imitar la técnica. 	<ul style="list-style-type: none"> * Nos mostró su cuenta de Instagram, pero esta contenía producciones visuales, como videos o fotografías.
Entrevistado 5	<ul style="list-style-type: none"> * Siempre ha dibujado, y el anime influenció bastante en qué y cómo dibuja hasta la actualidad: * Se dibujaba a ella misma siendo la protagonista de animes. * Dependiendo de lo que veía en ese momento, ese anime influenciaba más en su estilo. 	<ul style="list-style-type: none"> * El estilo se observa con características influenciadas por el anime. * Nos mostró su cuenta de Instagram, en la que ha subido algunos dibujos, como podemos ver en la figura 2.
Entrevistado 6	<ul style="list-style-type: none"> * Empezó a dibujar a sus personajes favoritos con el estilo del <i>mangaka</i> original y luego fue adecuándolos a su estilo. Después, empezó a crear sus propios personajes. * Ella no considera que tenga un estilo definido, pero sí influenciado por el anime y los dibujos <i>cartoon</i>. * Ahora se está alejando de eso porque no es lo que piden en formación general («realismo»). 	<ul style="list-style-type: none"> * No tenía dibujos que compartir.



Como se observa en la tabla 1, algunos de los entrevistados señalan abiertamente que su manera de dibujar, hasta el momento, está muy influenciada por el anime y lo prueban al mostrarnos algunos de sus dibujos. Sin embargo, otros entrevistados mencionan que, si bien comenzaron imitando personajes o escenas, en la actualidad buscan desprenderse de ese estilo. A pesar de esto, al mostrarnos sus dibujos, estos aún tienen características del estilo anime. Boyd explica esto indicando que los estudiantes convierten a los personajes y narrativas en sus modelos plásticos y, a través de ellos, construyen o crean una identidad artística y personal entre su comunidad (citado en Manifold, 2009, p. 9). Es decir, estos estudiantes tienen la necesidad de expresar su individualidad como diseñadores y así poder diferenciarse del resto mediante su estilo gráfico.

Esto también se comprende de mejor manera al entender el contexto en el que se encuentran estos estudiantes: primer año en la FAD de la PUCP, año en el que los profesores buscan enseñarles la teoría base del arte y el diseño, adhiriéndose al realismo en cursos como Dibujo 1.

Asimismo, se analizó si los entrevistados compartían sus dibujos, ya sean *fanarts* o no, en redes sociales o con sus grupos sociales cercanos (familia o amigos). La mayoría de los estudiantes mencionaron que no compartían sus producciones artísticas. Entre los factores que explican esta negativa, se encuentran principalmente la falta de tiempo y la vergüenza. Este segundo factor es explicado por los entrevistados como una consecuencia de las expectativas y la presión que sienten al compartir su arte con su comunidad.

No obstante, esto no es mencionado como algo negativo. Los estudiantes señalan que, debido al anime, empezaron a investigar acerca de nuevos fundamentos del dibujo que los ayude a mejorar sus técnicas pictóricas y así poder crear mejores dibujos. La afición por el anime, los personajes y su narrativa sirvieron como motivación de estos estudiantes para empezar a indagar en maneras de mejorar en su técnica pictórica. Esto incluye la formación superior que les brinda la FAD de la PUCP al proporcionarles la enseñanza de cursos como Dibujo, Anatomía y Antropometría, etc.

10. CONCLUSIONES

A partir de lo mencionado a lo largo de esta investigación, si bien el anime no cumple un rol activo y determinante en el proceso de elección de carrera de estos estudiantes, si es una motivación personal, cultural y de valor sentimental para ellos. De esta manera, llegamos a la conclusión de que el anime se manifiesta como el interés personal base que desencadena distintos factores más determinantes en el proceso de decisión para estudiar Diseño Gráfico, como el descubrimiento de distintas opciones laborales en el futuro o el gusto que tienen estos futuros diseñadores por seguir aprendiendo y experimentando con diversas técnicas pictóricas.

En cuanto al proceso de decisión para estudiar Diseño Gráfico, este se vuelve un suceso que involucra tanto a los propios estudiantes como a sus padres. Por un lado, se concluye que el proceso resulta satisfactorio para los estudiantes, ya que ellos son capaces de juntar sus intereses con la elección de su carrera. Esto afirma su autonomía al anteponer sus necesidades y gustos por encima de otros factores que pueden afectar a terceros, como su familia. Además, esta anteposición de los intereses personales se puede ligar a la motivación y satisfacción

que sienten estos futuros diseñadores al aprender acerca de un tema que les atrae; o también a la sensación de triunfo que experimentan en la actualidad al no arrepentirse de su decisión. Por otro lado, este proceso propicia el deber que sienten los padres de brindarles un capital cultural institucionalizado adecuado a sus hijos. Es decir, se puede concluir que este proceso es un momento propicio para que los padres aseguren un valor (cultural, social, educacional) y estatus a sus hijos mediante la obtención de un título de educación superior de una institución legal y de prestigio como es considerada la PUCP. Esto, además, permite que sus hijos continúen construyendo un *habitus* que los beneficie en el futuro.

Con respecto al rol del anime en este proceso de decisión para estudiar Diseño Gráfico, se concluye que este tiene una función de motivación y, al mismo tiempo, es la base o propicia distintos factores que influyen directamente en el proceso. Asimismo, se puede deducir que el impacto del anime en cada persona y en sus decisiones, como lo es la elección de una carrera universitaria, varía de acuerdo al contexto y personalidad de cada estudiante. El anime puede llegar a ser el detonante de una nueva faceta en el desarrollo artístico y psicológico de la persona que lo consume, como puede simplemente motivar o incentivar alguna característica o interés personal ya arraigado en la persona.

Para finalizar, el presente trabajo de investigación tuvo como límite principal el tiempo para la realización del estudio de campo, lo que, como consecuencia, limitó la cantidad de actores entrevistados y analizados. Sin embargo, durante el breve tiempo que se tuvo para las entrevistas y observaciones, se encontraron diversos temas, gracias a las conversaciones que se tuvieron con los entrevistados, que podrían ser investigados en un futuro. Por ejemplo, la presión social que ocasionan las redes sociales y sus interacciones en estudiantes universitarios de Diseño Gráfico al momento de querer compartir su arte. Además, el rol que cumplen los profesores de Formación General de la FAD de la PUCP en el desarrollo de hábitos de investigación en estudiantes de primer año.

BIBLIOGRAFÍA

- Arias Álvarez, F. J. A., Robledo Rodríguez, N. R., y Cobos, T. L. (2020). Consumo de anime en la población universitaria de Cartagena. *Luciérnaga*, 12(23), 66-84. <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v12n23a3>
- Arnett, J. (2002). The psychology of globalization. *American Psychologist*, 57(10), 774-783. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.57.10.774>
- Bohoslavsky, R. (1984). *Orientación vocacional. una estrategia clínica*. Nueva Visión.
- Bourdieu, P. (2000). *Poder, derecho y clases sociales*. Desclée de Brouwer.
- Bourdieu, P. (2008). *Capital cultural, escuela y espacio social*. Siglo XXI.
- Boyd, D. (2007). Socializing digitally. *Vodafone Receiver Magazine*, 18. MIT Press. <https://www.danah.org/papers/VodafoneReceiver.pdf>
- Bravo Torres, G. y Vergara Tamayo, M. A. (2018). Factores que determinan la elección de carrera profesional: en estudiantes de undécimo grado de colegios públicos y privados de Barrancabermeja. *Psicoespacios*, 12(20), 35-48. <https://doi.org/10.25057/21452776.1000>

- Cobos, T. L. (2010). Animación japonesa y globalización: la latinización y la subcultura otaku en América Latina. *Razón y Palabra*, 15(72). http://razonypalabra.org.mx/N/N72/Varia_72/32_Cobos_72.pdf
- Cobos, T. L., Robledo Rodríguez, N., y Arias Álvarez, F. (2023). Anime en Colombia: una exploración desde usos y gratificaciones en la población universitaria de Cartagena de Indias. *Anagramas. Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 21(42), 1-22. <https://doi.org/10.22395/angr.v21n42a10>
- Figueroa de Amorós, E. (1993). La elección de carrera: una decisión de gran trascendencia. *Educación*, 2(3), 5-13. <https://doi.org/10.18800/educacion.199301.001>
- Gómez, S. M., (2014). Estudio exploratorio en estudiantes universitarios. Referencias sociodemográficas y elección de carrera. *Praxis Educativa (Arg)*, 18(1), 50-57. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=153137899005>
- Gonçalves, J., Navio, C., y Moura, P. (2021). The occidental otaku: Portuguese audience motivations for viewing anime. *Convergence*, 27(1), 247-265. <https://doi.org/10.1177/1354856520923966>
- Hatami, W. (2018). Popular culture of Japanese anime in the digital age and the impact on nationalism of young Indonesian citizens. *JSS: Jurnal Studi Sosial*, 14(1), 37-47. <https://doi.org/10.21831/jss.v14i1.21652>
- Hernández-Pérez, M. (2019). OTaku Tourists out of Japan: Fictionality, shared memories, and the role of national branding in the Japanese pilgrimages of anime fans in the United Kingdom. *The Journal of Popular Culture*, 52(6), 1512-1535. <https://doi.org/10.1111/jpcu.12871>
- Ho, T. Tsai, H. y Lin, P. (2019). The effects of technology innovation and network presence on Otaku Identity. *Technological Forecasting and Social Change*, 144, 82-92. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.04.008>
- Intriago, D. J., y Rodríguez, T. (2018). Influencia cultural del anime japonés en la recepción de estudiantes de Diseño Gráfico de la Universidad de Guayaquil. *Question/Cuestión*, 1(59), e084. <https://doi.org/10.24215/16696581e084>
- Iwabuchi, K. (2002). *Recentering Globalization: Popular Culture and Japanese Transnationalism*. Duke University Press. <https://doi.org/10.1215/9780822384083>
- Kamaruddin, A.R. y Mokhlis, S. (2003). Consumer socialization, social structural factors and decision-making styles: a case study of adolescents in Malaysia. *International Journal of Consumer Studies*, 27. pp. 145-156. <https://doi.org/10.1046/j.1470-6431.2003.00297.x>
- Liu, T., Wang, X., Guo, C., Zeng, R., Zhou, T., y Cao, G. (2019). Does exposure to foreign culture influence creativity? Maybe it's not only due to concept expansion. *Frontiers in Psychology*, 10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00537>
- Manifold, M. (2009). Fanart as craft and the creation of culture. *International Journal of Education through Art*, 5(1), 7-21. https://doi.org/10.1386/eta.5.1.7_1

- Manifold, M. (2013). Enchanting Tales and Imagic Stories: The Educational Benefits of Fanart Making. *Art Education*, 66(6), 12-19. <https://doi.org/10.1080/00043125.2013.11519245>
- Martínez, P. (1999). Elección vocacional y personalidad en universitarios a través del psicodiagnóstico de Rorschach. *Revista De Psicología*, 17(2), 229-248. <https://doi.org/10.18800/psico.199902.004>
- Mena Silva, P. A., Peralvo Pérez, J. A., y Chicaiza Paredes, E. F. (2022). Los factores que determinan la elección de una carrera universitaria. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 10, 1-13. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v10i18.3390>
- Menkes, D. (2012). La cultura juvenil otaku: expresión de la posmodernidad. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 10(1), 51-62. <https://doi.org/10.11600/rlcsnj.10.1.580>
- Niu, H.-J., Chiang, Y.-S., y Tsai, H.T. (2012). An exploratory study of the otaku adolescent consumer. *Psychology & Marketing*, 29(10), 712-725. <https://doi.org/10.1002/mar.20558>
- Oliva Abarca, J. E. (2018). El concepto de capital cultural como categoría de análisis de la producción cultural. *Análisis*, 50(93), 337-353.
- Oliva-Abarca, J. E. (2018). El fenómeno abridged: el anime parodiado por sus fans. *Jangwa Pana*, 17 (1), 87-99. <http://dx.doi.org/10.21676/16574923.2297>
- Rosales Ávila, V. (2012). *Factores que influyen para la elección de carrera en los estudiantes de Preparatoria*. [Tesis de licenciatura]. Universidad Pedagógica Nacional. <http://200.23.113.51/pdf/28656.pdf>
- Retondar, A. M. (2008). Hibridismo cultural: ¿clave analítica para la comprensión de la modernización latinoamericana? la perspectiva de Néstor García Canclini. *Sociológica*, 23(67), 33-49. <http://www.scielo.org.mx/pdf/soc/v23n67/v23n67a3.pdf>
- Toku, M. (2001). What Is Manga?: The Influence of Pop Culture in Adolescent Art. *Art Education*, 54(2), 11-17. <https://doi.org/10.2307/3193941>
- Xu, J. y Hampden-Thompson, G. (2012). Cultural reproduction, cultural mobility, cultural resources, or trivial effect? A comparative approach to cultural capital and educational performance. *Comparative Education Review*, 56(1), 98-124. <https://doi.org/10.1086/661289>