

Los fans como creadores de mitología: el fenómeno de “Dragon Ball AF” como ejemplo de cultura participativa

Fans as Mithology Creators: “Dragon Ball AF” Phenomenon as an Example of Participatory Culture

Gabriele Pacini — pacinigambero@gmail.com

Resumen

En mayo de 1999, mientras en España seguía emitiéndose *Dragon Ball GT*, en el número 92 de la revista *Hobby Consolas* se publicó una ilustración (Sánchez-Migallón, 2018) que se convirtió en uno de los principales objetos de interés entre los fanáticos de la franquicia durante las siguientes décadas. El dibujo mostraba a un personaje musculoso de perfil, con un torso desnudo rodeado de vellos plateados y con una cabellera extremadamente larga, también de color blanco. Llevaba el texto *Dragon Ball AF* al pie. Aunque años después su autor, David Montiel, reveló el significado de la misma, durante mucho tiempo, los fanáticos especularon con que se trataba de una nueva transformación de Son Goku: el Super Saiyan 5. La ilustración se propagó por todo el mundo y fue la primera imagen asociada al movimiento fan *Dragon Ball AF*, que se mantuvo en auge hasta principios de la década 2010, convirtiéndose en un ejemplo paradigmático de cómo los aficionados muchas veces no son simples consumidores.

Este caso fue singular ya que fue un enigma de donde surgió aquel dibujo, lo que hizo que muchos seguidores de *Dragon Ball* otorgasen el estado de oficialidad a *fan arts*, especulando sobre la llegada de una nueva serie (Padula, 2012).

Lejos de dispersarse, el fenómeno *AF* se hizo cada vez más grande con el paso del tiempo. Su popularidad fue tan grande que llegó incluso a rivalizar con la de productos oficiales de la franquicia. Pasaban los años y se añadían más ilustraciones hechas por aficionados de nuevas transformaciones y personajes, *fanfictions*, mangas, cortometrajes e, incluso, videojuegos que, como otros productos *fanmade* de otras franquicias, encontraron en Internet un espacio para su distribución (Jenkins, 2002).

Entre todos esos productos, destacó *a posteriori* un manga realizado en Japón por un autor conocido como Toyble y, posteriormente, Toyotaro. Gracias a ese fanmanga de *Dragon Ball AF*, el autor llegó a trabajar en un producto oficial de la franquicia: *Dragon Ball Heroes*. Posteriormente, en 2015, fue designado por Akira Toriyama para convertirse en su ayudante en la realización de *Dragon Ball*

Super, la continuación oficial de la historia. Tras la muerte de este en 2024, Toyotaro se convirtió en el autor único del manga.

Tomando como base las teorías formuladas por Henry Jenkins sobre el *fandom*, el presente trabajo repasa la historia del fenómeno *Dragon Ball AF* como ejemplo paradigmático de como los aficionados pueden ser prosumidores y de la cultura participativa en el entorno digital. El texto también presta especial atención a Toyotaro y su paso de simple fan a profesional oficial de la industria.

Palabras clave: Dragon Ball AF; fandom; fanfiction; cultura participativa; piratas de textos

Abstract

In May 1999, while *Dragon Ball GT* was still being broadcast in Spain, an illustration published in issue No. 92 of the magazine *Hobby Consolas* (Sánchez-Migallón, 2018) became one of the franchise's main objects of interest among fans over the following decades. The drawing depicted a muscular character shown in profile, with a bare torso covered in silver fur, extremely long white hair, and the text *Dragon Ball AF* at the bottom. Although years later its author, David Montiel, revealed its true meaning, for many years fans speculated that it represented a new transformation of Son Goku: Super Saiyan 5. The image spread throughout the world and became the first image associated with the *Dragon Ball AF* fan movement, which remained highly popular until the early 2010s, becoming a paradigmatic example of how fans are often far more than mere consumers.

It was also quite a unique case since the fact that, for a long time, no one knew where the illustration came from led many fans to mistake several works created by other fans as originals and to speculate about the arrival of a new series (Padula, 2012).

As time went by, the AF phenomenon, far from fading away, continued to grow larger and larger. Its popularity became so great that it even rivaled that of the franchise's official products. Years passed, and more fan-made illustrations of new transformations and characters, fanfictions, manga, short films, and even video games were added. Like other fan-made products from different franchises, these creations found in the Internet an ally for their distribution (Jenkins, 2002).

Among all those products, one that later stood out was a manga created in Japan by an author known as Toyble and later as Toyotaro. Thanks to that *Dragon Ball AF* fan manga, the author eventually came to work on an official product of the franchise, *Dragon Ball Heroes*. Later, in 2015, he was appointed by Akira Toriyama to become his assistant in the production of *Dragon Ball Super*, the official continuation of the story. Following Toriyama's death in 2024, Toyotaro became the sole author of the manga.

Based on the theories formulated by Henry Jenkins on fandom, this paper reviews the history of the Dragon Ball AF phenomenon as a paradigmatic example of how fans can act as prosumers and of participatory culture in the digital environment. The text also pays special attention to Toyotaro and his transition from a simple fan to an official professional within the industry.

Keywords: Dragon Ball AF; fandom; fanfiction; participatory culture; textual poachers.