

MANGA, MUJERES Y HUMOR

EL CASO DE AZUMANGA DAIOH: LA COMICIDAD DE LOS PERSONAJES CORRIENTES

María R. Ferrer Simó
Grupo Kaika

1. El humor japonés

1.1- Humor y manga

Parece que los occidentales hayamos asumido que los japoneses no tienen sentido del humor y que la función de la risa para ellos, más que *humorística*, es una manifestación de vergüenza o de incomodidad. En Japón como en otros muchos países se utiliza la risa como catarsis, para evitar el ridículo propio y ajeno y soslayar el conflicto directo, pero también es humorística. El humor desempeña un papel destacado en las vidas de los japoneses, aunque con frecuencia sus bromas, chistes y gags tienden a restar trascendencia a los distintos papeles sociales y a humanizarlos (Buruma, 1987), por lo que quizás tradicionalmente ha sido más complicado de entender para un público de fuera –del país o del panorama sociocultural y político.

Los japoneses en efecto se ríen tanto de las payasadas internacionales del tipo del famosísimo gag de la tarta en la cara, de vodeviles y monólogos como de las sátiras políticas y piezas humorísticas de corte social y tono agridulce.

Como apuntan Bailey y Lubarsky (1986), comprender el humor japonés o no puede ser una cuestión puramente lingüística que se resuelve fácilmente con información sobre el entorno y el contexto de la situación cómica, en cuyo caso los personajes y recursos humorísticos serán igual de reconocibles y divertidos para un público no japonés. También puede ser necesario un mayor dominio del idioma para captar otro tipo de bromas, puesto que gran parte del humor japonés es humor verbal. Y como en tantos otros lugares, existen también formas de humor que no se entienden a pesar de todo, como en los casos en que se sabe cuál es el significado de las palabras pero no dónde está la gracia. Es el tipo de humor que sólo se entiende si el receptor es capaz de pensar «a la japonesa». Es en estos casos donde, a la hora de exportar, es nece-

saría una adaptación más o menos radical para poder cumplir con la función y el efecto humorísticos de la pieza en cuestión, sea cual sea el género al que pertenezca.

Algunos de los géneros humorísticos destacados son los monólogos y diálogos humorísticos (*rakugo* y *manzai*), antiguamente reservados al teatro; la literatura y el cine ofrecen comedia tal y como la conocemos en occidente, un compendio de elementos extraídos de los géneros anteriores para conferir el humor; en cómic, los manga de humor y tiras cómicas (*yon-koma manga*); en televisión, los programas-concurso donde el concursante debe superar pruebas que generan situaciones cómicas y los de gags de tipo «cámara oculta». Es difícil olvidar el mítico programa *Humor Amarillo* que en su día emitió una cadena de televisión privada, pero a pesar de que hay muchas otras producciones japonesas en la línea de este título de Takeshi Kitano, no llegan a nuestras televisiones, de lo que se deduce que se puede distinguir entre géneros humorísticos exportables y no exportables. El cómic japonés es de los subgéneros editoriales más exportables, dada una serie de circunstancias:

1. El manga tiene un público concreto y seguro, que empezó a convertirse en lector asiduo hace 10 años con las primeras ediciones españolas.

2. Los géneros del manga son parecidos a los del cómic europeo y americano: ciencia-ficción, romance, aventuras, humor, parodia, etc.

3. La narrativa del manga se absorbe fácilmente aunque es muy específica. Por ello traducir y adaptar un cómic, a pesar de la barrera lingüística y cultural, es viable.

Por todo esto, programas televisivos y otros géneros humorísticos en soporte audiovisual son más arriesgados: el público no está preparado, no se sabe muy bien a quién va dirigido un producto, y no se compran licencias, con lo cual no llega prácticamente nada de este panorama humorístico de los medios, salvo a pequeños grupúsculos de fans que consiguen a través de Internet los productos que les gustan para difundirlos en círculos muy reducidos.

1.2- El manga como género de entretenimiento.

Si bien es cierto que manga y anime inundan ya los estantes de librerías y tiendas de dvd, también se percibe una gran falta de información al respecto. El cómic y los dibujos animados japoneses no son equiparables a los que por tradición hemos conocido.

Algunos estudios consideran que los orígenes del manga se remontan a los *chōjūgiga* del siglo XII, sátiras a pincel en rollos monocromados sobre el clérigo y la aristocracia que se atribuyen a un monje llamado Toba. Fue él quien dio nombre al estilo de caricatura que permanecería durante los siglos XVIII y XIX junto con una nueva forma de entretenimiento, los *kibyōshi*, «libros de cubierta amarilla», que se empezaría a producir en masa mediante imprentas de blo-

ques de madera con un sistema de trabajo muy parecido al que hoy rige la industria del manga (Schodt, 1996). Difiere de este punto de vista Sabin (1993) cuando señala que establecer este tipo de relación es como afirmar que los tebeos descienden de la pintura rupestre. En su opinión, argumentos como el anterior implican conexiones históricas que no son necesariamente válidas¹. También se ha relacionado con los orígenes del manga a Hokusai Katsushika, ilustrador que se caracterizaba por la violencia de sus creaciones, y a Kuniyoshi Utagawa (*Ukiyo-e*). Ippei Okamoto representa quizás un vínculo más cercano: fue el caricaturista que introdujo las tiras americanas en la prensa japonesa. A principios de la era Showa (1926-1989) la palabra manga ya forma parte del vocabulario corriente.

1.3- *Shojo* manga o manga para chicas: la tipología por target.

La clasificación tradicional del cómic europeo y del americano difiere de la que se ha aplicado al cómic japonés fundamentalmente en su enfoque. Comic USA y álbum europeo siempre se han clasificado por géneros, mientras que el manga se clasifica por tipo de público y se aplica a cada bloque una etiqueta que ha acabado confundiendo con el género tal y como se ha entendido en los estudios clásicos (Eisner, 1996). Los artículos más recientes hablan de las siguientes categorías de manga según target: *kodomo* manga, *shojo* manga, *shonen* manga, *josei* manga, *seinen* manga (niños, chicas, chicos, mujeres adultas y varones adultos). Dentro de estas categorías encontramos los géneros clásicos² y además subgéneros muy mixtos como drama histórico, comedia romántica, comedia estudiantil, parodia, parodia erótica, fantasía heroica, *space opera*, *magical girls*, *sentai* entre otros y una amplia gama de subgéneros eróticos en cuyo análisis no se profundizará a lo largo de este artículo, pero que hay que tener en cuenta para comprender cómo se articula la industria del manga, y qué papel desempeña el *shojo* manga en ella.

En Japón el *shojo* manga representa casi un tercio del mercado del manga. Cuando el manga se introdujo en nuestro mercado editorial a principios de los noventa fue necesario esperar a que unos 20 títulos *shonen* estuvieran en el mercado para que el primer *shojo* apareciera en las librerías. Hoy en día podemos hablar de un *boom* del *shojo* manga a raíz de la gran acogida de todo tipo de títulos entre el público juvenil femenino. Por otra parte las adolescentes

1 En la posguerra, para competir con la negación tajante del manga y la animación por parte de los sectores conservadores de una sociedad de posguerra, los críticos de manga se esforzaban con estas teorías en demostrar que el manga era parte de la tradición japonesa (Sabin, 1993).

2 Entendemos por géneros clásicos los que se han aplicado al sector editorial y del cine, de entre los cuales destacamos: ciencia ficción, fantasía, aventuras, romance, humor y terror, los más frecuentes en el manga.

y jóvenes adultas son un sector de la población muy activo en lo que a tendencias manga se refiere: asimilan estilos, los imitan, y no sólo adoptan la «moda manga» que viene marcada por la forma de vestir y el peinado o el maquillaje, sino también los comportamientos manga y el estereotipo *kawaii*. Kinsella define esta tendencia con las siguientes palabras: «*Kawaii* significa “mono”. Designa en esencia lo infantil y, por asociación, quiere decir adorable, inocente, sencillo, amable y vulnerable» (1997). Esta moda evolucionó desde el romanticismo serio de los años 80 a un estilo más humorístico, kitsch y andrógino en los 90 para convertirse en una versión propia del «retro setentero» (Kinsella, 1997). El *kawaii* pasó de impregnar los medios en Japón a extenderse por Europa y Estados Unidos. La expresión más destacada y reciente de esta tendencia en Europa es la mezcla de estilos rockeros y góticos con elementos infantiles (complementos de Hello Kitty, Chupa-Chups, coletas); una imagen mitad punk mitad niña que evoca la dualidad mujer asertiva / niña inocente.

Como queda demostrado por la gran afluencia de público femenino a los festivales y salones con temática manga, concretamente el Salón del Cómic de Barcelona, las chicas son asiduas lectoras y fans «militantes» del manga, y están abiertas no sólo a títulos *shojo* sino también a títulos *shonen*. También nos indican editores de líneas manga de distintas casas que el mercado se ha diversificado debido a la presencia cada vez mayor del público femenino. En los comienzos del fenómeno manga en España la presencia de títulos *shojo* era esporádica. En el caso de Planeta De Agostini, un único título en 1990 vs. 12 títulos en 2003. Norma Editorial ha pasado de no editar *shojo* manga a colocar en cabeza de lista de ventas títulos de CLAMP, autoras manga por antonomasia, y a arriesgarse con series de temática homosexual más o menos implícita que en Japón se serializan en revistas *shojo*, con un total de 500 títulos aproximadamente. Con todo, en una periodicidad trimestral el conjunto de editores españoles está poniendo en venta 64 títulos manga, de entre los cuales 43 son *shonen* manga y 21 son *shojo*³. Sin embargo las lectoras de manga en España compran *shojo* y *shonen* por igual, con restricciones según la franja de edad, por lo que los editores empezaron hace unos tres años a explotar el potencial del público femenino. Esto nos lleva al caso de Azumanga, que es un *shonen* manga que compran, según datos de la editorial que lo publica, muchas más lectoras que lectores.

Según la editora, Azumanga era una apuesta a la que empujaban distintos factores. Se trata de una serie con protagonistas femeninas preadolescentes, adolescentes y adultas, que puede llegar a tres franjas de edad diferentes entre las mujeres. El grafismo llama la atención

³ Según datos de Norma Comics Sabadell y Planeta Comic recogidos en 2003. Las cifras citadas corresponden para *shonen* manga al 67,19% de la cuota del mercado y para el *shojo* manga al 32,81%.

por su sencillez y su expresividad y, al presentar sobre todo mujeres como personajes principales, se da por sentado que el lector masculino también se va a sentir atraído por este título. Por otra parte no es novela gráfica sino tira cómica, por lo que puede llegar por un lado al público aficionado al manga que buscará novedades, y por otro a un público no familiarizado con el manga, que abra un volumen al azar y compruebe que le hace gracia.

2. La función humorística de los personajes femeninos en el manga

2.1- Las chicas en el manga: superheroínas de a pie.

La presencia de personajes femeninos en manga y anime siempre ha sido mayor que en medios similares en Occidente, especialmente desde los años 80. Este fenómeno está vinculado al aumento de autoras de manga en los últimos años, según Allison (2000:268). Su artículo se centra en la figura de la superheroína manga, que nos interesa para delimitar la figura que se opone a los personajes que ha querido presentarnos Kiyohiko Azuma en *Azumanga Daioh*, aunque también nos ayuda a comprender en parte el porqué del éxito que ha tenido el manga entre el público femenino sobre todo desde los años 90 en toda Europa.

En su ejemplo, Allison analiza el personaje de Usagi Tsukino, protagonista de la serie de anime *Sailor Moon* (Bishōjo Senshi Sailor Moon). Es una adolescente corriente que tiene el poder de transformarse en una especie de superheroína que luchará contra el mal junto a sus amigas. Pero antes de transformarse gracias al poder que le ha sido otorgado, es una adolescente normal y corriente, preocupada por los chicos, por su peso, algo perezosa y bastante mala estudiante. Entre el resto de personajes que forman el grupo de amigas de Usagi encontramos distintas características y estereotipos, como por ejemplo el ideal japonés de estudiante modelo, que además de sacar sobresalientes en todo, va a clases de repaso. Las heroínas de *Sailor Moon* nos muestran una versión más utópica del superhéroe, puesto que en su vida humana y corriente, a diferencia de los conocidos superhéroes americanos, condenados a sufrir su don como una carga, ellas disfrutaban de pequeños placeres como ir de compras, jugar a los videojuegos, ir a parques de atracciones (Allison, 2000:269) sin dejar de relacionarse con otras personas que comparten la experiencia de esa doble vida.

Pero el éxito de este tipo de personajes se debe a que las lectoras pueden sentirse identificadas con su vida: niñas a las que les gusta comer, comprar, dormir, divertirse, etc. o por el contrario muy estudiosas, leales y sinceras. El entramado personajístico de *Sailor Moon*, retomando el ejemplo de Allison, pero también del anime en general, ofrece a todo tipo de aficio-

nado la posibilidad de encontrar el personaje con el que identificarse. Dejando a un lado la parte de los superpoderes, estos personajes corrientes no serían un objeto de admiración sino protagonistas normales y corrientes con los mismos defectos que pueda tener el lector o la lectora. Precisamente por esta razón *Sailor Moon* ofrece un modelo nuevo y positivo a los lectores: un grupo de amigas que, aunque preocupadas por la moda y el amor, son mujeres felices, satisfechas, seguras y fuertes.

En esta misma línea pero ya desprovista del factor sobrehumano y fantástico encontramos *Azumanga Daioh*, serie de tiras humorísticas que en Japón se serializó en la revista juvenil *Dengeki Daioh*, dirigida a un público masculino. Recientemente se ha editado en España con una gran acogida entre el público aficionado y también general, y curiosamente con más asiduas en el sector femenino.

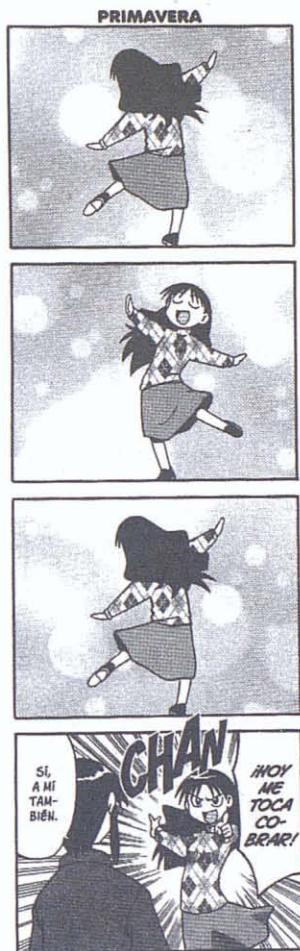
2.2. El caso de *Azumanga Daioh*: la comicidad de lo cotidiano.

Azumanga Daioh cuenta situaciones en las que se ven envueltos sus personajes principales, un grupo de estudiantes de secundaria, y dos profesoras. Retoma el género de la comedia estudiantil (*gakuen*) desde una perspectiva puramente humorística, tipo gag, en la que se presentará al lector escenas absurdas o cómicas en cuatro viñetas, con alguna historia de varias páginas intercalada, pero siempre con la función prioritaria de hacer reír.

Las chicas de *Azumanga Daioh* nos hacen reír porque son «estereotipos matizados» que interactúan: la imagen de la mujer que se nos presenta (preadolescente, adolescente y adulta) no pretende ridiculizar a ningún tipo de mujer, sino utilizar los estereotipos⁴ para crear situaciones cómicas que contribuirán a una caracterización que empieza por la faceta más absurda o exagerada del comportamiento del personaje en cuestión. Tras una primera toma de contacto, las diversas escenas en que veremos a los personajes nos darán una idea más profunda de cómo interactúan entre sí y de las relaciones que se van estableciendo, pero por ser tira cómica no hay espacio para la psicología, y el lector tan sólo podrá predecir hacia dónde derivará la salida cómica o el gag, en función de los personajes que lo desencadenen.

⁴ Los estereotipos que el manga ha difundido entre el público japonés y que están vinculados a la realidad social de Japón. Es posible que el lector que no esté familiarizado con la cultura japonesa y el mundo del manga (algo que a su vez está estrechamente interrelacionado) no los identifique a la primera, o no entienda como cliché ciertas actitudes que el lector japonés sí identificaría de inmediato. No obstante esto no implica que la función humorística no cumpla su objetivo, pues el gag no reposa únicamente en el estereotipo, sino en la interacción de personajes con rasgos pertenecientes a estereotipos más o menos universales con otros que marquen el contrapunto.

2.3. Los personajes de Azumanga.



La Srta. YUKARI

1. Yukari se anima

Es la profesora de inglés. Tiene menos de 30 años, y da clases en el instituto de secundaria. Con frecuencia se comporta como una alumna más y su actitud contrasta con la de la otra profesora, más discreta y madura.



SAKAKI

2. Sakaki y el gato mordedor

Sakaki es reservada y sus compañeras creen que es la chica dura de la clase. Sin embargo se descubre enseguida que su pasión son los gatos y las «cosas monas». En esta tira la vemos aguantando que el gato le muerda la mano para conseguir acariciarlo.



KOYOMI MIZUHARA

3. Yomi se quita un peso de encima

Yomi es seria y estudiosa, pero le preocupa mucho su peso y es fan de las dietas. En los gags suele cubrir el papel de *tsukkomi*⁵.

⁵ El *manzai* o diálogos humorísticos tradicionales, reposa en la interacción de dos personajes: uno hace el papel de *boke* (el tonto), que introduce la idea absurda, y el otro el de *tsukkomi*, que termina el gag con un golpe de humor que consiste en contestar de una forma ingeniosa y cortante al interlocutor. (Ferrer, 2004).



AYUMU KASUGA (alias «Osaka»)

4. Osaka le busca los tres pies al gato

Ayumu deja de ser Ayumu para convertirse en «Osaka», su nuevo apodo, por la ciudad de la que proviene. Sus compañeras esperan que sea muy divertida y graciosa⁶, pero descubrirán que sus comentarios más que graciosos son absurdos y no tienen ni pies ni cabeza. Uno de sus rasgos distintivos es que habla con la variedad lingüística de Kansai.

⁶ Los japoneses encuentran muy graciosa la forma de hablar de los naturales de Kansai, zona de donde procede el humor tradicional japonés de *manzai* y de *rakugo* (monólogos humorísticos). El cliché popular es que todo el que proceda de esta área en cuestión es muy agudo e ingenioso.

NO SOY DE OSAKA DEL TODO



TOMO TAKINO

5. A Tomo se le agota la paciencia

Un auténtico huracán, rebotante de energía y un poco hiperactiva. Su obsesión es la competitividad, un hecho demostrado por los habituales desafíos que lanza a sus compañeras de clase.



CHIYO MIHAMA

6. Chiyo, a por todas

Una superdotada que con tan sólo diez años ha dejado atrás los cursos de primaria y se ha unido a la clase de la Srta. Yukari. Su inteligencia no deja de asombrar a sus compañeras de clase, lo que en ocasiones provoca algo de envidia. Todas las asignaturas son pan comido para Chiyo, excepto la educación física, donde debido a su estatura y peso está en desventaja, lo cual provoca también situaciones cómicas.

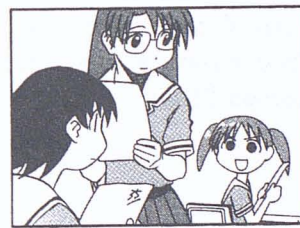
3.3. Escenas seleccionadas.

7. Las chicas de Azumanga en acción Azumanga Daioh, Norma Editorial 2004.

ME ALEGRO POR ELLA



TOMO VS CHIYO



EL TRENECITO



Como vemos en las imágenes anteriores, cada personaje está dotado de unas herramientas para conferir el humor, ya sea el carácter, la actitud, o los diálogos. La interacción de las

protagonistas, cada una con sus circunstancias, genera cambios de registro: la última viñeta es imprevisible. Sorprende al lector y provoca la risa. A medida que el lector se familiariza con las circunstancias personales de cada uno de los personajes, puede intuir qué tipo de gag generarán las situaciones en las que estén implicados. Por ejemplo, Tomo siempre se pondrá a gritar o dirá alguna tontería. «Osaka» siempre hará algún comentario absurdo, o que implique algún uso dialectal. Chiyo tiene la mala suerte de ser más joven que las demás y la más inteligente, con lo cual las bromas tenderán a centrarse en estos aspectos. Las viñetas anteriores son ilustrativas de los distintos recursos humorísticos de *Azumanga*: nos muestran cómo los golpes de humor vendrán marcados por la ruptura del desenlace lógico, por el absurdo de una situación, por el cambio de registro de un mismo personaje y por el contrapunto puramente gráfico que se expresa mediante la exageración de los gestos.

La novedad de *Azumanga Daioh* reside en que sus personajes, creados a partir de estereotipos matizados en mayor o menor medida, nos revelan de qué se ríen los japoneses, que esa risa no se basa en ridiculizar a la figura de la mujer, sino en poner de relieve tanto la faceta madura y seria de comportamientos que en la cultura japonesa son reales, como la faceta más pueril, con todas las actitudes que de ella se derivan. Estos comportamientos son cada vez menos desconocidos para el lector de la versión española, como hemos visto, dada la «japonización» de la juventud occidental de la que habla Kinsella (1997). Se crea una cierta complicidad entre los personajes y las lectoras, que pueden llegar a sentirse identificadas con rasgos concretos de alguna de las protagonistas, siempre sin perder de vista dónde está el límite entre lo real y la ficción de las actitudes que el manga nos muestra. Es en la combinación de estos guiños y del humor que se confiere a través de elementos puramente lingüísticos o gráficos donde reside la comicidad de *Azumanga Daioh*.

Bibliografía

- ALLISON, A. «Sailor Moon: Japanese Superheroes for Global Girls». En: CRAIG, T. J. (2000): *Japan Pop 2000*. Págs. 259-278.
- BAILY, J. y LUBARSKY J. «What Makes the Japanese Laugh? The Art of Worldplay and Storytelling». En: *Focus on Asian Studies*. Vol. V, núm. 3, Contemporary Literature. Asia Society (1986). Págs. 9-13.
- BURUMA, I. (1987). «Humor in Japanese Cinema». En: *East-West Film Journal*, 2/1. Págs. 26-27.

- IZAWA, E. «The Romantic, Passionate Japanese in Anime: A look at the Hidden Japanese Soul». En: CRAIG, T. J. (2000): *Japan Pop*. Págs. 138-153.
- EISNER, W. (1993). *Graphic Storytelling*, Poorhouse Press.
- FERRER, M. (2004). «La comicidad de lo cotidiano». En: *Azumanga Daioh*. Vol. 4. Norma Editorial. Págs 180-181.
- GALLEGO, E. (2002). *El mundo del manga en Japón*. Veleta, Granada.
- KINSELLA, S. (2000). *Adult Manga: culture and power in contemporary Japanese society*. Curzon, Richmond.
- KINSELLA, S. «Japanization of European Youth». En: *Nightwave97* (1997).
- SABIN, R. (1993). *Adult comics: an introduction*. Routledge, London.
- SABIN, R. (1996). *Comics, Comix & Graphic Novels*. Phaidon Press Ltd, London.
- SCHODT, Frederik L. (1983). *Manga! Manga! The World of Japanese Comics*. Kodansha International, Tokio.
- SCHODT, Frederik L. (1996). *Dreamland Japan: Writings on Modern Manga*. Berkeley, California, Stone Bridge Press.