



LA LOCALIZACIÓN DEL MANGA EN EL MERCADO ESPAÑOL ACTUAL

Un análisis sobre las barreras lingüísticas y las alternativas para su adaptación



AUTORA

Cristina Alonso García

TUTOR

Rafael Abad de los Santos

Grado en Estudios de Asia Oriental

Trabajo de Fin de Grado

Curso 2018 – 2019



ÍNDICE

RESUMEN	3
ABSTRACT.....	3
Objetivos	4
Metodología.....	4
INTRODUCCIÓN	5
1. El manga japonés	6
1.1. Historia del manga	6
1.1.1. Orígenes.....	7
1.1.2. Desarrollo histórico hasta el siglo XIX	9
1.1.3. Siglo XX: el manga como propaganda militar japonesa	14
1.1.4. El manga en la posguerra	17
1.2. El manga en la actualidad	19
1.2.1 El manga en la actualidad en Japón.....	19
1.2.2. El manga en la actualidad en España	23
1.2.3. La licencia del manga en España.....	29
2. La traducción del manga japonés.....	32
2.1. El concepto de localización.....	32
2.2. La internacionalización y localización del manga	33
2.2.1 “Cómo se lee este manga”	33
2.2.2. Glosario	35
2.2.3. Explicaciones sobre los honoríficos	35
2.2.4. Notas del traductor	35
2.2.5. Publicidad y notas del editor	36
2.3. Dificultades y obstáculos en la localización del manga.....	36
2.3.1. Lenguaje oral en formato escrito	37
2.3.2. Particularidades del idioma japonés	37
2.3.3. Gran variedad de géneros	40
2.3.4. Onomatopeyas	41
2.3.5. Bocaballos	46

2.3.6. Referentes culturales	47
2.4. Factores que influncian la traducción.....	48
3. Análisis y comparativa: ejemplos en el manga humorístico.....	49
3.1. La comedia en el manga.....	50
3.1.1. Yon-koma	50
3.1.2. Slice of life	51
3.1.3. La inserción del humor en otros géneros.....	52
3.2. Técnicas de traducción y análisis de ejemplos.....	53
3.2.1. ¡Yotsuba!	55
3.2.2. Azumanga Daioh	57
CONCLUSIONES	65
BIBLIOGRAFÍA	66

RESUMEN

La traducción no consiste simplemente en intercambiar palabras de una lengua a otra, sino en reproducir y transmitir un mensaje que ha sido generado en un contexto sociocultural específico a un destinatario perteneciente a un contexto diferente. Para ello se necesita conocer no sólo el idioma, también la cultura en la que el mensaje ha sido creado. Este TFG tiene como objetivo principal analizar el proceso mediante el cual un cómic japonés es localizado para ser introducido con éxito en el mercado español, desde el momento en que sale de Japón hasta que es comercializado en España. El procedimiento de la localización engloba diferentes fases, que incluyen la traducción. Por este motivo también es mi propósito examinar y estudiar las barreras idiomáticas que suponen el idioma y la cultura japoneses, así como las técnicas de adaptación que proceden para la correcta localización.

Palabras clave: *manga, localización, traducción, idioma japonés*

ABSTRACT

Translation does not consist in just changing words from a language to another, but also reproducing and conveying a message which has been generated in a specific sociocultural context to a receiver who belongs to a different context. To do such task, having knowledge of not only the language but the culture in which the message has been created as well is required. This final degree project is mainly aimed to analyzing the process in which a Japanese comic is localized to be successfully introduced into the Spanish market, from the moment it comes out of Japan until the moment it is commercialized in Spain. The localization process involves different stages, which include translating. For this reason, it is my purpose as well to examine and study the language barriers involved in Japanese language and culture, in addition to the adaptation techniques that are required for a correct localization.

Key words: *manga, localization, translation, Japanese language*

Objetivos

Los objetivos que pretendo alcanzar con este TFG son los siguientes:

- Conocer la historia del manga en Japón y analizar su evolución hasta la actualidad.
- Estudiar la situación del manga en el mercado actualmente, tanto en Japón como en España.
- Descomponer el proceso de localización del manga para el mercado específico español.
- Analizar qué dificultades supone el idioma japonés a la hora de traducirlo, más concretamente en el manga y qué dificultades añadidas supone este medio.
- Comparar traducciones de manga ya existentes, usando el género humorístico para evidenciar las diferencias lingüísticas y culturales entre ambos países.

Metodología

Para alcanzar dichos objetivos he decidido dividir este proyecto en tres partes, que explicaré a continuación.

La primera parte girará en torno al manga japonés, haciendo un repaso por su historia y su evolución. Analizaremos el estado actual del manga tanto en Japón como en España a nivel social y de mercado, y veremos en qué consiste el proceso de comercialización de una obra en nuestro país.

La segunda parte estará dedicada a analizar el proceso de traducción de un manga desde el japonés al español, cómo se localiza en el mercado español, qué dificultades específicas presenta este medio y cómo superarlas.

La tercera parte constará de análisis y comparativas entre versiones originales y traducciones ya existentes de las obras: *¡Yotsuba!* y *Azumanga Daioh*, ambas del autor Azuma Kiyohiko y distribuidas en España por Norma Editorial, y cuya traducción ha sido realizada por María Ferrer.

INTRODUCCIÓN

Desde sus inicios tras la Segunda Guerra Mundial, el manga moderno no ha parado de evolucionar y posteriormente expandirse fuera de Japón. Esta difusión va de la mano con la traducción y la localización correspondientes, sin las cuales no habría sido posible su divulgación. El proceso de localizar un manga implica tener conocimientos tanto lingüísticos como culturales del idioma y la cultura japoneses, así como de la lengua meta (el castellano, en este caso), pues el objetivo del traductor es siempre mantener el mensaje original tan intacto como sea posible en la lengua final pero cuidándose de perder la más mínima información posible en el proceso (ya sea información de carácter idiomático o de carácter cultural).

Localizar también conlleva el “traducir” todo aquello que es “intraducible”, si entendemos la traducción por el intercambio entre idiomas de un mensaje. Con esto quiero expresar que no toda la información aparece siempre por escrito y/o de forma explícita; todo el significado detrás de una expresión, una referencia cultural, un refrán, etcétera puede ser trasladado a otra lengua, pero traducir esas mismas palabras que acarrear ese significado es no es suficiente. El traductor necesitará encontrar la forma adecuada de transmitir ese mensaje, con su significado original, a la lengua meta de la manera correspondiente y más adecuada.

Este proceso de adaptación ha captado mi atención y ha sido de mi interés estos los últimos años, siendo este el motivo de mi elección para la temática de este trabajo de fin de estudios. Asimismo he decidido orientar este tema al manga, no sólo para conocer qué dificultades específicas presenta este medio y usarlo como contexto en el que explicar los procesos de localización, también por propio interés personal como futura vocación profesional e introducción al campo de la traducción de manga.

1. El manga japonés

Manga es, básicamente, cómic japonés. Esta concepción amplia del término es, probablemente, la mejor porque aborda su diversidad y complejidad. Así, manga se refiere a toda la producción de cómic japonés, desde aquellas muestras en las que hay unas pocas viñetas hasta libros o antologías completas. En el manga se ve reflejada de manera plural la sociedad japonesa, con sus mitos, creencias, rituales, tradiciones, fantasías y también la cotidianidad. — Madrid, y Martínez (2015).

Según la definición del diccionario japonés online del portal *Goo* (dictionary.goo.ne.jp), la primera definición de *manga* es “dibujos simples e ingeniosos dibujados con pincel, principalmente humorísticos, exagerados, satíricos y sinsentido”. La segunda dice algo similar a “obra que consiste en una sucesión de ilustraciones acompañadas de una narración de abundantes palabras”.

A pesar de que en occidente interpretamos el término el *manga* como “cómic japonés”, en Japón la palabra se emplea para todo tipo de cómic o novela ilustrada, al igual que ocurre con el término *anime* (voz japonesa que procede de la abreviatura del inglés *animation*), que tiene un sentido general de “animación” en Japón mientras que fuera del país se refiere a la animación exclusivamente japonesa.

1.1. Historia del manga

Desde un punto de vista etimológico, la palabra *manga* se escribe 漫画 en japonés. Se compone de 漫 (*man*), que significa “volátil” o “improvisado”, expresando un carácter informal, y 画 (*ga*), que significa “imagen”. Este término también es común para el caso del cómic coreano (만화, *manhwa*) y el cómic chino (漫画, *manhua*).

A pesar de la indudable popularidad del manga actualmente, todavía se duda de si su origen tuvo lugar hace sesenta años o casi mil; todo depende de si miramos el origen del manga moderno o en general, antes incluso de ser manga como lo conocemos actualmente. Es por esto que podemos encontrar varios y diferentes “orígenes”.

Su evolución también ha sido especial, pues el manga en un sentido moderno (desde la década de 1950 en adelante) fue creciendo a la par que sus lectores: originalmente para un público infantil, el manga fue adaptándose a lo que estos niños buscaban en esta forma de entretenimiento conforme iban creciendo (Bernabé, 2012). Por este motivo, el manga está más dividido por géneros que hacen referencia a su tipo de público (*shōnen*, *shōjo*, *seinen*...) que por géneros tal como los entendemos en Occidente (referentes al tipo de argumento: de acción, romántico...; aunque también existen estas clasificaciones en Japón, lo más común es lo anterior).

1.1.1. Orígenes

El formato que define y da forma a todos los cómics, desde tiras cortas hasta novelas gráficas, es el llamado “arte secuencial”. Según Brenner el arte secuencial es una narrativa creada a partir de imágenes y normalmente (aunque no siempre) incluye texto. Aunque es difícil identificar la fecha exacta en la que surgió el manga, muchos la identifican con la aparición de este arte en Japón (Brenner, 2007:1).

Se dice que el manga se originó a partir de unos pergaminos con ilustraciones en los siglos XII y XIII llamados *Chōjū-jinbutsu-giga* (鳥獸人物戯画, “caricaturas de animales antropomorfos”). Son una famosa serie de cuatro rollos pintados a mano o *emakimono* (algunos llegando incluso a 25 metros de largo) que pertenecen al templo de Kōzan-ji en Kyōto, y mientras que algunos investigadores piensan que son obra de Toba Sōjō (鳥羽僧正, 1053 – 1140) también conocido como Kakuyū, dibujante y sacerdote budista de la secta Tendai), otros creen que hay más de un artista involucrado en su creación debido a la diferencia de estilos. Son la más temprana demostración del arte lineal y monocromático que se continuaría usando en la pintura japonesa a partir de entonces (Paine y Soper, 1955). A pesar de que estas cómicas ilustraciones se usaron para enseñanzas religiosas, se volvieron tan populares que a partir de ese momento cualquier ilustración humorística que se vendiera al público se convirtió en *Toba-e* (鳥羽絵) (McCarthy, 2014) y adquirió una gran relevancia como veremos a continuación.



Figura 1 - Primer rollo del *Chōjū-jinbutsu-giga*, escena primera: animales bañándose y nadando. Toba Sōjō (S. XII – XIII).

El primer rollo muestra un conjunto de animales antropomorfos (conejos, ranas, monos y hasta un ciervo) bañándose y arreglándose para asistir a una ceremonia. Se compone de seis escenas que cuentan la historia de forma horizontal y continuada: en las escenas posteriores se puede ver a las ranas y los conejos practicando tiro con arco, preparándose para un festín, robando, practicando sumo y asistiendo a un funeral budista.



Figura 2 - Primer rollo del *Chōjū-jinbutsu-giga*, escena quinta: ranas y conejos practicando sumo. Toba Sōjō (S. XII – XIII).

Aunque a veces se considera el *Chōjū-jinbutsu-giga* como el primer manga (o el antecesor de éste) también se piensa que en realidad el auténtico origen del manga está en el *Shigisan-engi* (信貴山縁起, “El origen del Monte Shigi”), un *emakimono* de la segunda mitad del siglo XII que cuenta la milagrosa historia del monje Myōren, que vivía en el monte Shigi cerca de Nara en el siglo IX. Ya sea uno u otro el que realmente fuese el origen del manga, ambos pertenecen de la misma época.

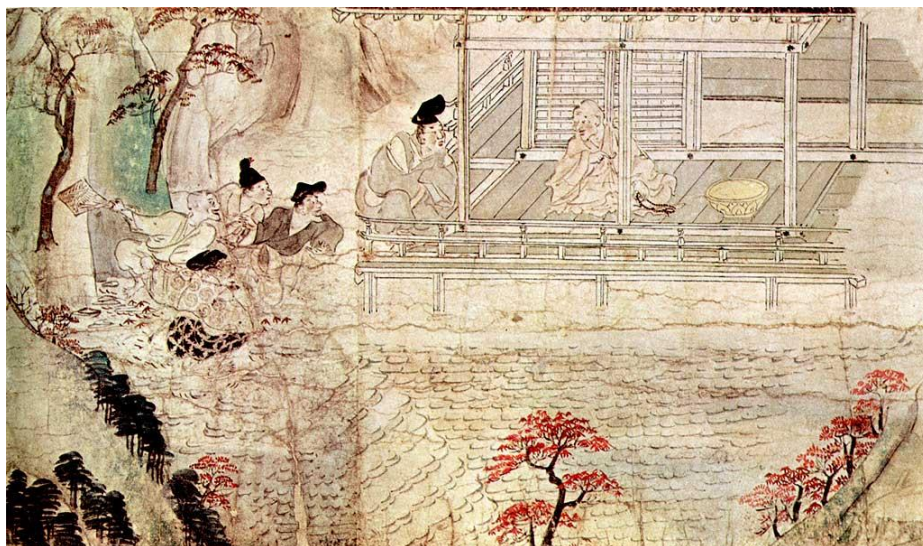


Figura 3 – *Shigisan-engi: Gente pidiendo el perdón de Myōren*. Toba Sōjō (S. XII)

1.1.2. Desarrollo histórico hasta el siglo XIX

Durante el periodo Edo (1603 – 1867) las obras de Toba Sōjō gradualmente comenzaron a ganar mayor popularidad, dando origen a un estilo artístico de carácter satírico y humorístico, que partía de la antropomorfización de animales visible en la obra de Toba, pero que iría más allá alumbrando representaciones más diversas. Estas ilustraciones serían compiladas en los llamados *Toba-e Hon*.

Adam L. Kern (2006) sitúa el primer uso de la palabra *manga* en el año 1798. A partir de entonces se convirtió en vocabulario de uso común, con publicaciones como el libro de ilustraciones *Shiji no yukikai* (1798) de Santō Kyōden (山東京伝, poeta, escritor y dibujante japonés); y a principios del siglo XIX con obras como *Manga hyakujo* (1814) de Aikawa Minwa (合川珉和) y los célebres libros de *Hokusai Manga* (1814 – 1834), que contenían una variedad de obras del famoso artista de ukiyo-e Katsushika Hokusai (葛飾北斎, 1760 – 1849). Pero el término *manga* tal y como lo entendemos actualmente (ideas expresadas a través de dibujos narrativos y diálogo en viñetas) aún no existía; incluso la idea de *manga* como caricatura satírica estaba todavía a medio formar (McCarthy, 2014).

Hokusai fue un dibujante de ukiyo-e y artista de estampados japonés. Su obra más famosa es la serie de grabados sobre madera *Treinta y seis vistas del Monte Fuji* (富嶽三十六景, *Fugaku Sanjūrokkei*, 1831) que incluyen su obra más internacionalmente conocida: *La gran ola sobre Kanagawa*. A pesar de que sus anteriores obras también son muy importantes, fue ésta en concreto la que marcó un antes y un después en su vida y la que le dio el mayor reconocimiento.



Figura 4 - Ilustración del *Manga Hyakujo*. Aikawa Minwa (1814).



Figura 5 - *La gran ola sobre Kanazawa*. Katsushika Hokusai (1831).

Adam L. Kern sugiere que los primeros tomos de manga son los *kibyōshi* (黄表紙), un género de *kusazōshi* (草双紙, un tipo de libro de ilustraciones). Eran físicamente identificables por sus cubiertas de color amarillo y normalmente se imprimían en volúmenes de diez páginas cada uno (muchas veces siendo dos o tres volúmenes). Cada página presenta una gran ilustración, y los espacios en blanco que deja se rellenan con prosa descriptiva y diálogos. A pesar de que los *kibyōshi* fueron populares durante sólo un corto periodo de tiempo, se publicaron miles de obras: en 1784, su punto álgido, ya se habían publicado 92 títulos. Comparten ciertas temáticas y narrativas con el manga moderno, como el humor, el romance o la sátira (Kern, 2006). Algunos autores sostienen que la palabra *manga* fue inventada por Hokusai para referirse al arte del estilo Toba-e, pero esto contradeciría la afirmación Kern sobre su invención y uso en 1798, pues ya habían pasado varias décadas cuando Hokusai publicó sus obras usando el término.

En 1861 llega a Japón el expatriado británico Charles Wirgman (1832 – 1891), que se establece en Yokohama. Caricaturista para el *Illustrated London News*, al llegar a Japón creó su propia revista satírica: *Japan Punch*, que seguía el modelo de la revista londinense *Punch*. Aunque el público al que iba dirigida era la creciente población extranjera en Japón,

rápidamente se extendió por el público japonés y fue vendida por toda Asia durante 25 años. El humor inglés de Wirgman y sus referencias a eventos y personajes reales del momento eran algo muy novedoso y sin duda tuvieron una gran huella en el arte japonés. Artistas japoneses comenzaron a imitar la sátira británica y esto inspiró la creación de las primeras



Figura 6 - Portada de la *Japan Punch*. Charles Wirgman (1867).

caricaturas políticas en Japón. Tal fue la influencia de esta revista que, hacia el año 1868, las caricaturas sobre figuras políticas, de negocios y otros personajes públicos se conocían como *ponchi-e* (“ilustraciones *Punch*”). En 1874 fue creada la *Eshinbun Nipponchi* por Kanagaki Ronbun (仮名垣魯文, 1829 – 1894) y Kyōsuke Kawanabe, una revista satírica moldeada a partir de la *Japan Punch* (McCarthy, 2014).

El primer autor de manga (o *mangaka* en japonés) que usó la palabra con el sentido moderno que tiene actualmente fue Kitazawa Rakuten (北澤楽天, 1876 – 1955) y es considerado por muchos historiadores como el padre del manga moderno, por ser sus obras una gran inspiración para autores posteriores. Fue el primer dibujante y caricaturista profesional en Japón y dibujó muchas tiras satíricas de carácter político para el periódico *Jiji Shinpō* y la revista satírica *Tōkyō Puck*.



Figura 7 - Portadas de *Tōkyō Puck* (izquierda) y *Rakuten Puck* (derecha). Kitazawa Rakuten (S. XX)

Según Carolina Plou fue Rakuten quien creó el primer volumen de manga de la historia, llamado *Tagosaku to Mokubei no Tōkyō Kenbutsu* (“El viaje a Tōkyō de Tagosaku y Mokubei”, 1902) (Plou, 2014).



Figura 8 - *Tagosaku to Mokubei no Tōkyō Kenbutsu*. Kitazawa Rakuten (1902)

Los rasgos físicos de los personajes normalmente asociados al manga (ojos grandes, nariz y boca pequeñas) se remontan a revistas *shōjo* (para niñas y chicas jóvenes) de finales del siglo XIX y principios del XX. Uno de los ilustradores asociados con este estilo fue Nakahara Jun'ichi (中原淳一, 1913 – 1983), fabricante de muñecas que tomaba prestados los rasgos

de éstas para sus dibujos. Cabe decir que realmente no fue invención propia, sino que continuó como evolución del estilo empezado por Takehisa Yumeji (竹久夢二, 1884 – 1934), quien ya dibujaba chicas con grandes ojos y pestañas muy largas. Esto tuvo un gran impacto y terminó normalizándose en el manga posterior (y por supuesto perdurando en el género del *shōjo*). (Toku, 2015)

1.1.3. Siglo XX: el manga como propaganda militar japonesa

Hasta ese momento, los dibujantes de manga habían gozado de libertad de expresión, pero con el advenimiento de la guerra comenzó una campaña de represión y sometimiento a las directrices políticas, que incluso llevó a la cárcel a algunos autores que manifestaron su oposición al Gobierno. Hasta su derrota en 1945, el Gobierno japonés utilizó el manga como medio de difusión patriótica, obligando a los autores a trabajar para la maquinaria propagandística, con independencia de su ideología. — García Ruiz (2018:9).

En 1940 el gobierno japonés creó la *Shin Nippon Mangaka Kyōkai* (新日本漫画家協会, la Asociación de Dibujantes del Nuevo Japón), a la que los dibujantes estaban forzados a unirse para ser al menos publicados en *Manga Magazine*, la única revista de cómics que existía entonces, debido a la escasez de papel en tiempos de guerra.

Aquellos *mangaka* que no estaban en las filas del ejército japonés, trabajando en las fábricas o a los que se les tenía prohibido dibujar, se dedicaban a dibujar cómics que siguiesen las pautas dictadas por el gobierno sobre contenido aceptable. Estos manga a veces incluían humor apto para toda la familia y situaciones cotidianas de amas de casa, para arrojar un poco de luz en una época muy oscura; pero también historias e imágenes que demonizaban al enemigo o glorificaban la valentía en el campo de batalla. También urgían a la población a que hiciesen sacrificios (debido a la escasez) como contribución a los esfuerzos de la guerra. (García Ruiz, 2018)

El gobierno japonés llegó incluso a publicar manga específicamente dirigido a las fuerzas enemigas con el objetivo de hundir su moral, mostrando victorias japonesas, destrucción de aliados o donde se proponía la rendición como única salida. Al mismo tiempo, algunos

dibujantes como Yokoyama Ryūichi (横山隆一, 1909 – 2001) eran enviados al frente para dibujar cómics o elaborar cortos de animación que elevasen la moral de los combatientes japoneses.

Sin embargo las Fuerzas Aliadas también hicieron uso del manga a su favor, especialmente gracias Yashima Tarō (八島太郎, 1908 – 1994): un *mangaka* que abandonó Japón y se exilió en Estados Unidos. Su obra *Unganaizō* (“El soldado sin suerte”) cuenta la historia de un soldado campesino que murió al servicio de líderes corruptos. Este cómic se solía encontrar en los cuerpos de los soldados japoneses muertos en batalla, haciendo demostración de su eficacia a la hora de minar la moral y el espíritu de quienes lo leían. (Aoki, 2018)

Julio C. Iglesias (2014) destaca especialmente *Norakuro* de Tagawa Suihō (田河水泡, 1899 – 1989) como máximo exponente de manga propagandístico militar japonés, que comenzó a publicarse en 1931 en la revista *Shōnen Kurabu* (少年倶楽部). El autor sirvió en el ejército y basó sus obras en sus propias experiencias.

Norakuro es la contracción de *norainu* (“perro vagabundo”) y *kuro* (“negro”). Norakuro, el principal protagonista, es un perro blanco y negro, inspirado en el gato Félix (Tagawa era un gran fan de las animaciones de Pat Sullivan), que se alista en la *Mōkenrentai* (“brigada de perros feroces”) para combatir contra el Ejército de los Monos enemigo (representación de los chinos).

Norakuro rompía las expectativas del ejército japonés: él y sus hombres solían ser capturados, se rendían ante el ejército de monos, lloraban asustados... todo aquello iba en contra de la supuesta imagen noble y valiente de la Armada

Imperial japonesa. Sin embargo, al final Norakuro escapaba y usaba la información que había

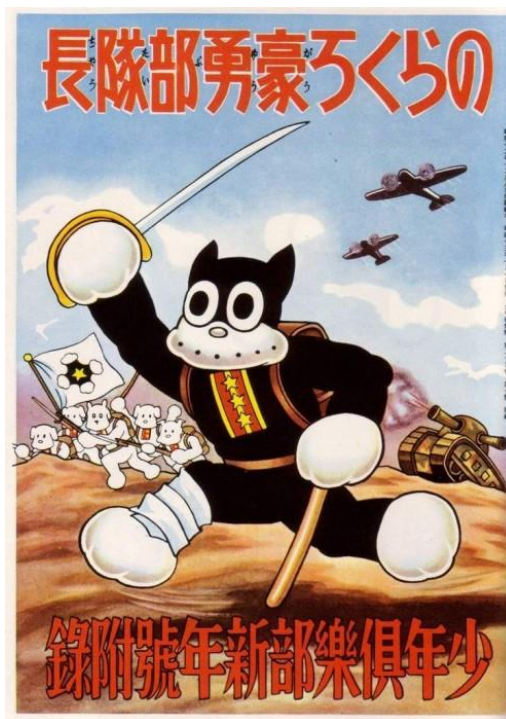


Figura 9 - Portada de *Norakuro*.
Tagawa Suihō (1931)

conseguido para capturar al enemigo. Norakuro comenzó siendo un soldado raso y fue ascendiendo hasta convertirse en coronel. (Iglesias, 2014)



Figura 10 - Primera viñeta de *Norakuro*, en la que aparece solicitando alistarse. Tagawa Suihō (1931).

La historia continúa durante otras seis viñetas. El suboficial le ordena que prepare pescado pero resulta que los peces están vivos, le atacan y se escapan. Aunque los perros les persiguen, los peces terminan llegando al mar mientras se burlan de los perros diciéndoles: “los peces también somos seres vivos, ¿tenéis la poca vergüenza de intentar comernos?” — Iglesias (2014).

A pesar de que el uso de *Norakuro* por el gobierno japonés para promover su expansionismo le diese a Suihō Tagawa fama de militarista, es evidente al leerlo que no era su intención exaltar estos valores. Es más bien al contrario: *Norakuro* es un perro noble, con alma caritativa, torpe pero simpático al que, a pesar de los desastres que le rodean, consigue tener éxito y ascender hasta un alto rango militar. Se dice que esto molestó al ejército japonés, pues consideraba una burla que este personaje bufón y sin suerte consiguiese tales honores. Según Iglesias “el propio Tagawa explicó que quería un personaje surgido desde los abismos de las clases sociales, sin hogar, sin familia, sin suerte... y, aun así, que consiguiera alcanzar



Figura 11 - *Norakuro-kun*

pequeños triunfos por sus propios méritos.” (Ibíd.).

Debido a su popularidad, *Norakuro* fue animado varias veces décadas después en cortometrajes y series de televisión. En su última serie de anime (1987 – 1988) *Norakuro*, ahora llamado *Norayama Kuroyoshi*, abre una agencia de detectives, tiene a su nieto *Norakuro-kun* como asistente y ambos viven con una familia de humanos. *Norakuro* tiene también su propio museo en Tōkyō.

1.1.4. El manga en la posguerra

Después de la Segunda Guerra Mundial y tras levantarse la censura impuesta por las fuerzas aliadas en 1947, hubo un gran crecimiento de la creatividad artística que afectó también al manga. Durante este periodo hubo dos personajes en concreto que marcaron la historia del manga para siempre y tuvieron gran influencia en las obras posteriores. Estos personajes son *Astro Boy* de Tezuka Osamu (手塚治虫, 1928 – 1989), y *Sazae-san* de Hasegawa Machiko (長谷川町子, 1920 – 1992).

Astro Boy es, al mismo tiempo, un poderoso robot y un niño inocente. A pesar de su condición de máquina, *Astro Boy* es sensible y empático, y posee una gran consciencia social.

Estas cualidades representaban entonces una masculinidad social y orientada a la comunidad muy diferente de la obediencia militar y adoración al Emperador que había predominado hasta ese momento. (Schodt, 2007)

En contraste, *Sazae-san* (“Señora Sazae”) comenzó a ser dibujada en 1946 a manos de la joven Hasegawa Machiko, quien creó una especie de “heroína de lo cotidiano” y una modelo a seguir para millones de japoneses, especialmente mujeres. Este personaje, un ama de casa dedicada a su familia, servía como “sustituto” para muchos japoneses que habían perdido sus hogares tras la guerra. Sazae-san también tiene sus propios problemas y situaciones con las que lidiar, pero aun así, está muy involucrada con su familia y se preocupa por el bienestar de todos. Es también un personaje muy fuerte, y marca un gran contraste con los (ya entonces) sancionados principios del neo-confucianismo de “buena esposa, sabia madre” (*ryōsai kenbo*, 良妻賢母) que enseñaba el antiguo régimen militar (Uno, 1993). Machiko define a Sazae-san como una mujer de “alegre resiliencia”. *Sazae-san* vendió más de 62 millones de copias en los siguientes cincuenta años y su serie animada de televisión ha sido emitida desde el año 1969 hasta la actualidad, poseyendo el récord Guinness mundial a la serie animada más larga de la historia con más de 2500 episodios.

Ambos autores cambiaron para siempre el manga. Tezuka Osamu revolucionó el manga de acción con sus técnicas de disposición de viñetas y su forma de presentar las escenas, sincronizándolas con la velocidad de visión del lector para simular velocidad y movimiento (Schodt, 1986); por otra parte, el enfoque de Hasegawa Machiko en la vida cotidiana y las experiencias femeninas caracterizarían más tarde el género del *shōjo*. (Thorn, 2001)

Entre los años 1950 y 1969 el público lector de manga creció considerablemente, haciendo que se solidificasen dos grandes géneros: el *shōnen* para los chicos, y el *shōjo* para las chicas (aunque hasta el año 1969 casi siempre eran obras escritas por autores masculinos). (Ibíd.)

Las mujeres entraron realmente al mundo del manga *shōjo* en 1969 con el debut de un grupo de autoras que se hacían llamar “El grupo del año 24” (haciendo referencia al año 24 de la era Shōwa). A partir de ese momento, este género de manga sería principalmente creado por mujeres, para mujeres. (Ibíd.)

1.2. El manga en la actualidad

Desde los años noventa hasta la actualidad han seguido surgiendo y desarrollándose muchos nuevos géneros, haciendo que el manga se diversifique y expanda más que nunca. Hay un género para cada tipo de público, para cada sexo, edad e intereses.

Actualmente el manga es más popular que nunca y en Occidente se está rompiendo el estereotipo de que es sólo para niños o adolescentes, gracias a esa variedad de géneros (con elementos eróticos, violentos o incluso de género histórico, de carácter más académico).

1.2.1 El manga en la actualidad en Japón

En Japón el manga se puede comprar en casi cualquier sitio, desde librerías y tiendas especializadas hasta *konbini* o tiendas 24 horas. También existen, desde la década de 1990, locales llamados *manga cafés* abiertos 24 horas (Brenner, 2007) donde uno puede leer manga mientras se realizan consumiciones como en una cafetería cualquiera, además de ofrecer internet gratis, y en las que hay interminables estanterías repletas de títulos de toda clase. Su popularidad se debe mayormente a que la tarifa horaria que se paga en estos locales los hace más rentables que comprar volúmenes de manga para leerlos por cuenta propia.

El hito más reciente en la historia del manga lo supone el salto del papel al soporte digital, especialmente los dispositivos móviles, que ha provocado un gran impacto en el mercado (datos sobre ventas en el siguiente apartado). Según la App Store de iOS, la app más descargada y mejor valorada, y que figura en el puesto número uno en la categoría de libros y lectura, es *ピッコマ (Pikkoma)*. Con esta aplicación se pueden comprar manga de una grandísima variedad de géneros, y además ofrece la posibilidad de leer los primeros capítulos o los capítulos más antiguos de una serie (dependiendo del título) completamente gratis.

Sin embargo, en los últimos años ha ganado popularidad la app *LINE マンガ (LINE manga)* de la famosa y multifacética empresa LINE Corp., cuya aplicación más usada es sin duda la homónima de mensajería (la más utilizada en Japón). La integración de las *app* “secundarias” (como *LINE マンガ*, *LINE Music*, *LINE Camera*, *LINE Blog* y una gran variedad de juegos, e incluso más recientemente la aplicación de método de pago *LINE Pay*) con la principal *app* de mensajería *LINE* hace que todas estas aplicaciones sean mucho más útiles y cómodas cuando se usan a la vez. Por esto *LINE マンガ* se ha vuelto muy popular

últimamente; LINE マンガ ofrece un capítulo gratis al día a elegir entre más de mil títulos, y la posibilidad de comprar manga dentro de la app con *manga coin*, una moneda *in-app*. También ofrece una plataforma para que artistas independientes puedan publicar sus propios manga, lo que la hace muy atractiva tanto para consumidores como para creadores.

Los japoneses, sobre todo quienes viven en las grandes ciudades, pasan mucho tiempo en el transporte público (según un estudio realizado por *japan-guide.com*, el 28,2% de los japoneses usan el transporte público entre 10 y 30 minutos al día, y el 28,5% entre 30 y 60 minutos; esto sólo para el trayecto de ida). Tener a su disposición innumerables títulos de manga para leer en estos intervalos de tiempo al alcance de sus manos, tan sólo usando el móvil, es un gran punto a favor para esta nueva plataforma digital. Lo mismo ocurre en el *ofuro*: para los japoneses la hora del baño es un momento de relajación al final del día, y la mayoría pasa en él entre 15 y 30 minutos. En este rato de relajación se dedican entre otras cosas a leer manga desde el móvil o tableta. Es una especie de equivalente a nuestro rato de sentarnos a ver la televisión en el sofá antes de dormir.

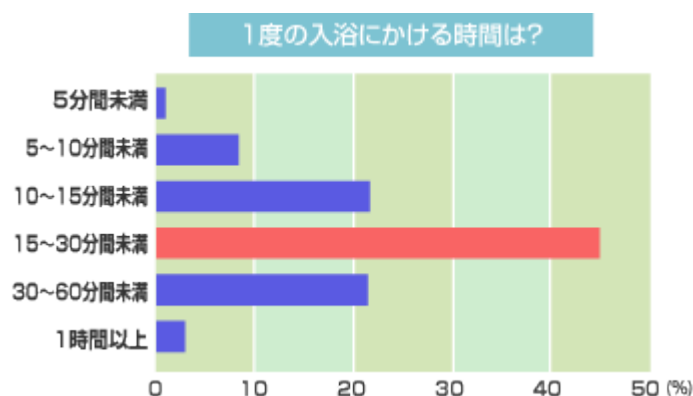


Figura 12 - Minutos que los japoneses encuestados pasan en el *ofuro* cada vez (encuesta realizada en *asahigroup-holdings.com*)

En cuanto a páginas web, no parece haber una que destaque (es normal teniendo en cuenta que la gran mayoría de japoneses prefieren las apps), pero existe un gran número de ellas. Casi todas siguen la línea de permitir a los usuarios leer ciertos capítulos gratis a modo de prueba (試し読み, *tameshi yomi*) para comprobar si merece la pena comprarlo posteriormente, ya sea en la propia web o en una librería. También existen, por supuesto, las webs de piratería en las que se suben ilegalmente *scanlations* (capítulos enteros escaneados

digitalmente) para leer manga gratis. Sin embargo, dada la dureza con la que se aplican las leyes anti-piratería en Japón no es muy común encontrar estas webs; por no hablar de que la facilidad con la que se puede adquirir manga en su propio país de origen, así como la gran variedad de títulos disponibles y sus bajos precios, hace que este tipo de páginas web no sean realmente necesarias y no se recurre a ellas (al contrario de lo que podría pasar en Occidente, donde hay que esperar a que el manga sea traducido, importado... y eso es, si llega a comercializarse siquiera).

En cuanto a la hora de comprar manga en físico (que a pesar de su descenso debido al manga en digital aún se mantiene con firmeza en el mercado), éste puede adquirirse de muchas maneras, siendo las dos principales las *manga zasshi* (revistas de publicación de manga) y los *tankōbon* (volúmenes compilatorios, el formato que se comercializa en España y al que llamamos “tomos”).

Las revistas de manga se publican semanal o mensualmente, y en ellas se publica un capítulo de cada serie de la que esa editorial tiene licencia. Se venden mucho más baratas que los *tankōbon*: a 270 yenes en 2018 (2,12 euros, *shonenjump.com*) en el caso de la *Weekly Shōnen Jump* (la más vendida de todas, famosa por títulos tan célebres como *One Piece*, *Naruto* o *Dragon Ball*), 570 yenes (3,92 euros, *corocoro.jp*) la revista コロコロ (*CoroCoro*, en la que se publican *Doraemon* y *Pokémon*, entre otros) ó 350 yenes (2,86 euros, *hanayume.com*) en el caso de 花とゆめ (*Hana to Yume*, dedicada al manga de género *shōjo* para chicas). Estos precios tan reducidos se deben principalmente a que están impresas en un papel muy barato y de baja calidad, puesto que no están pensadas para ser coleccionadas; de hecho, mucha gente las compra para leer el capítulo de las series que le interesan y luego las dejan en algún espacio público o en el asiento del tren, para que más gente pueda leerlas. Es la forma más fácil de seguir una serie conforme se publica y llevarla al día.



Figura 4 - Portada de la *Weekly Shōnen Jump*, con muchos de sus personajes más famosos

En cuanto al *tankōbon*, viene a ser un formato recopilatorio de varios capítulos de una misma serie que previamente han sido publicados en revistas de manga mensuales. Este tipo de compilación consta de una reimpresión en formato bolsillo (de pasta blanda) de unas 170-240 páginas (normalmente cada capítulo ronda las 20 páginas). También están impresos en papel de mayor calidad, puesto que este formato sí que es más coleccionable y se compra para tenerlo en casa. En Japón, los *tankōbon* de las series de la revista *Weekly Shōnen Jump*, por ejemplo, se venden por 440 yenes más impuestos, que equivale a 3,59 euros sin tasas. Este precio facilita que los fans se comprometan a coleccionar series enteras pese a que éstas sean muy largas (60 o más volúmenes).

Por otra parte, con respecto a los datos de mercado, en el año 2016 creció un 0,4% respecto al año anterior, combinando las ventas tanto físicas (ya sean volúmenes o revistas) como digitales, sumando en total 445,4 mil millones de yen, unos 3,5 mil millones de euros. Sin embargo, con la llegada de los *smartphones* y los *e-book* se ha experimentado una caída de las ventas físicas (un 9,3% menos) y una gran subida de las ventas digitales (un 27,5% más) (Pineda, 2017).

Las ventas de volúmenes de manga sumaron 194,7 mil millones de yen (1,5 mil millones de euros), un 7,4% menos respecto al año anterior; las ventas de revistas de manga recaudaron 101,6 mil millones de yen (814,5 millones de euros), un 12,9% menos. El año 2016 fue el decimoquinto año consecutivo con descensos en las ventas de manga impreso, siendo alrededor de la mitad de lo que solía ser en la década de los noventa (Ibíd.).

Sin embargo, las ventas de volúmenes en formato digital sumaron 146 mil millones de yen (1,17 mil millones de euros), lo que representa un aumento del 27,1% respecto al año anterior; las ventas de revistas de manga fueron un total de 3,1 mil millones de yen (24,8 millones de euros), un aumento del 55% (Ibíd.).

El estudio sólo incluye ventas; no tiene en cuenta webs que ofrecen manga gratis ni ganancias por publicidad.

1.2.2. El manga en la actualidad en España

La situación del manga en España parece encontrarse en una posición prometedora. Tanto a nivel nacional como mundial, este medio se encuentra en su apogeo y en una situación de expansionismo nunca vista hasta la fecha. Podemos comprobarlo fácilmente viendo cuántos salones del manga y convenciones relacionadas con la cultura japonesa en general se celebran por toda España, comenzando en Barcelona en el año 1995 y continuando hasta la actualidad (con jornadas celebradas a un ritmo casi mensual en una ciudad u otra del país). Sin embargo, el grado de penetración y difusión de este producto cultural todavía está condicionado por una serie de factores como las ideas preconcebidas sobre el manga, el filtro impuesto por las editoriales y sus decisiones de qué títulos licencian y cuáles no, o el coste final en el mercado español.

En cuanto a este último punto cabe destacar la gran diferencia de precio que tiene un *tankōbon* en nuestro país con respecto a Japón. En España este formato está a la venta por unos 7,50 euros (en algunos casos más, dependiendo de la editorial, número de páginas o si está impreso a color), un precio significativamente mayor que se debe a la compra de la licencia por parte de la editorial, la traducción, la impresión, etcétera, así como el margen de beneficios. También se le aplican costes variables como el porcentaje para el autor o la editorial de origen y el porcentaje de distribución (Kudo, 2017). A diferencia de Japón, aquí realmente es costoso poder hacerse con una serie completa: una serie de 20 volúmenes, una extensión bastante normal, saldría por un total de 150 euros; o en el caso de *One Piece*, que actualmente se sitúa en los 91 tomos (no todos publicados en España aún) y se vende a 6,95 euros por la editorial Planeta, resultaría en algo más de 630 euros en total (mientras que en Japón nos costaría un equivalente a unos 350 euros aproximadamente, sólo un poco más de la mitad). Estos costes dificultan significativamente más el comprar y coleccionar manga en comparación con Japón, aunque es una diferencia justificada dado todo el proceso que hay detrás de licenciar y publicar una serie manga fuera de Japón (proceso que será explicado a continuación).

En España tampoco existen revistas semanales o mensuales que publiquen manga (hay revistas *sobre* manga, pero no de publicación como ocurre en Japón). No es tan fácil llevar una serie al día y hay que esperar a que salga en formato *tankōbon*, que es más caro y lento de conseguir.

Esta falta de medios provoca que los fans más impacientes y que no están tan dispuestos a invertir esa cantidad de dinero acudan a las versiones pirateadas en internet, lo cual produce perjuicios al sector (no obstante, es cierto que en ocasiones el éxito de una serie en internet despierta el interés de las editoriales y éstas pueden decidir licenciarla). La única solución para combatir este problema sería imitar a las editoriales japonesas y comenzar a publicar digitalmente de forma más barata y lo más cercano posible a las fechas de estreno en Japón.

Hasta ahora la única editorial española que ofrece los lectores la opción de comprar manga de forma digital es Planeta Cómic, pero las versiones *e-book* que ofrece tienen exactamente el mismo precio que las versiones en físico; y tampoco se estrenan antes que éstas. Por lo tanto esto no soluciona ninguno de los problemas que se plantean a la hora de comprar manga

en España, y su única ventaja es la comodidad del formato digital. El mundo del manga digital es un fenómeno muy reciente en España, con una escasa penetración en el mercado, y las editoriales aún están dando los primeros pasos en la explotación de este recurso.

Sin embargo, la editorial japonesa *Shueisha*, a la que pertenece la revista *Weekly Shōnen Jump*, ha lanzado su propia aplicación para leer manga en lenguas occidentales (en ocasiones está disponible la versión en español neutro, aunque no la versión en castellano). Sólo están disponibles los primeros y últimos capítulos de cada serie, por lo que el usuario se ve forzado a buscar otros medios para leerlos; pero los nuevos capítulos se publican simultáneamente en formato físico en Japón y la aplicación a nivel mundial. Esta aplicación supone el recurso perfecto para fidelizar al lector, ya que la visualización del manga es gratuita y se financia únicamente mediante la incorporación de algunos anuncios estáticos cada cierto número de páginas. Esta fórmula podría ser imitada en un futuro por editoriales españolas.

En cuanto a los correspondientes datos de mercado, debido a que las editoriales y distribuidoras españolas no ofrecen de forma pública y oficial sus cifras, no tengo acceso a información sobre ventas. De lo que sí disponemos es de un análisis acerca de las licencias que cada editorial adquiere, realizado anualmente por el renombrado autor, traductor e intérprete de japonés Marc Bernabé en su blog mangaland.es.

Tal como aclara el autor, los siguientes datos y estadísticas sólo tienen en cuenta las novedades, es decir, las nuevas licencias; no incluyen relanzamientos, o segundas o terceras ediciones. Sí que tiene en cuenta, sin embargo, las reediciones en un formato distinto al que aparecieron originalmente (bolsillo, tomo doble...) o aquellas con el mismo formato pero con nueva traducción y rotulación. También se considera como manga aquel cómic realizado en Japón y originalmente destinado al público japonés.

Estas son las cifras generales de manga editado en España desde 2001 hasta 2018:

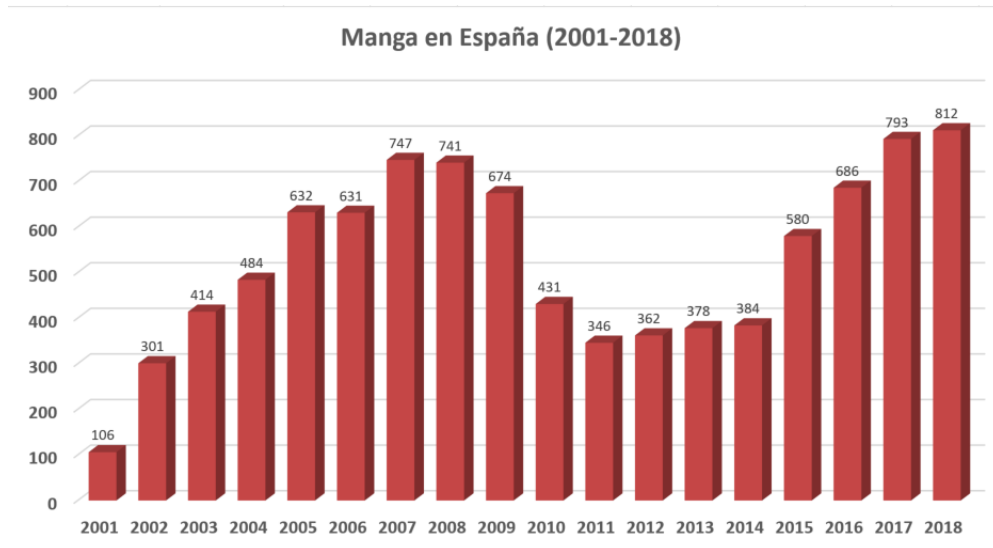


Figura 14 - Manga en España: cifras generales. Marc Bernabé (2019)

Las editoriales más importantes son Planeta, Norma e Ivrea, que son las tres mayores; y están acompañadas de ECC, Milky Way y Panini, editoriales más pequeñas pero que también tienen gran importancia: las dos primeras son muy recientes pero escalan muy rápido, y Panini es una editorial que a pesar de no haber tenido nunca un *boom* ni destacar demasiado, siempre se ha mantenido constante en su ritmo de publicación. Así queda repartido el total de manga licenciado en España, dividido por editoriales:

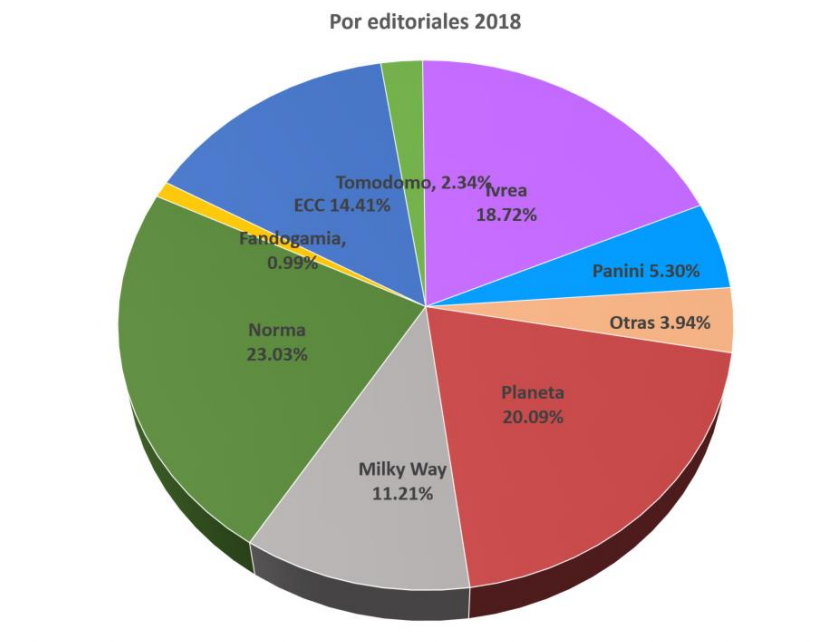


Figura 15 – Manga licenciado en España según la editorial. Marc Bernabé (2019)

Y esta es la evolución del número de lanzamientos por año desde 2008 hasta 2018:

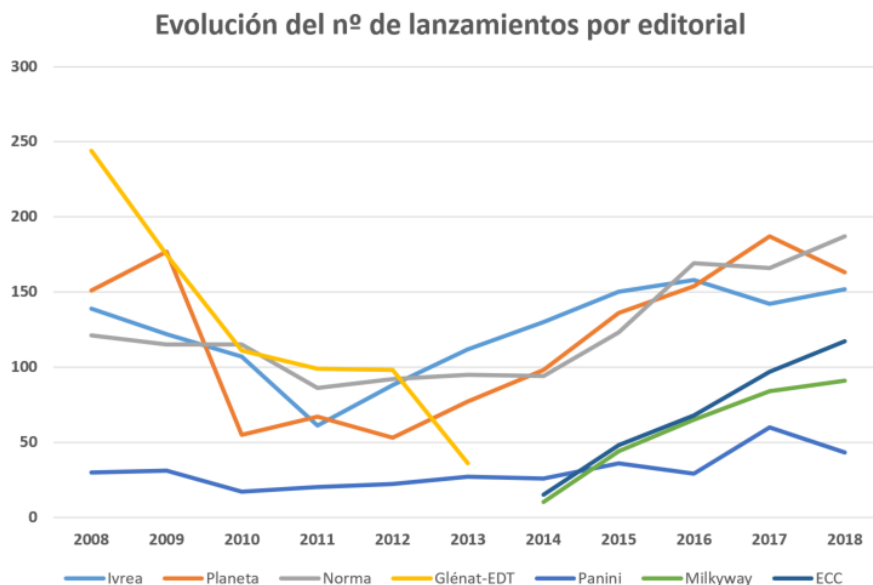


Figura 16 – Evolución del número de lanzamientos de manga en España según la editorial.
Marc Bernabé (2019)

Este 2018 la editorial Norma reemplazó a Planeta como editorial que más novedades ha portado al mercado español. Esta primera posición se ha ido alternando entre las tres grandes empresas los últimos años: Ivrea entre 2013 y 2015, Norma en 2016, Planeta en 2017 y de nuevo Norma en 2018. Las tres suelen moverse por cifras muy parecidas. (Bernabé, 2018)

Norma ha licenciado 187 nuevos títulos, el mismo número que Planeta el año anterior. Continuando con las comparativas con el año 2017, Planeta ha pasado de 187 novedades entonces a 163 este año. Ivrea ha aumentado sus novedades de 142 a 152. Por lo general se mantienen sobre las mismas cifras. Esta desaceleración de Planeta se debe a que han priorizado el lanzar reediciones de grandes obras del manga (contadas en estas estadísticas) sobre traer nuevas novedades, lo cual también es un dato importante. Además se aprecia claramente que es la que menos altibajos presenta; es una trayectoria firme y estable.

Desde la irrupción de ECC y Milky Way decíamos que el mercado español de manga se componía de “tres grandes”, “dos medianas + Panini” y “el resto”. Pero es que, cada vez más, la línea entre las tres

grandes y las dos “nuevas” se está difuminando y pronto tendremos que hablar de “cinco grandes”. — Marc Bernabé (2018)

ECC sacó 20 novedades más que el año anterior, situándose en 117 en 2018; y Milky Way aumentó las suyas en 7, siendo al final un total de 91. ECC va así camino de convertirse en la “cuarta gran editorial”, y a pesar de que pueda parecer que Milky Way se queda atrás, sigue creciendo sin parar y es capaz de hacerse con buenas y grandes licencias, así como de ganarse el favor de público.

Lo que estamos barajando aquí es el “número de tomos nuevos de manga editados”. No conocemos tiradas ni ventas. Probablemente, de conocer otros datos tendríamos que, solo por la influencia de Dragon Ball, que se intuye que es un “megasuperventas”, la hegemonía de Planeta sería bastante acusada.

Norma e Ivrea también tienen éxito gracias a licencias que supieron adquirir a tiempo. Estas tres editoriales se mantienen en cabeza gracias a un catálogo muy estable y un público que ya sabe qué esperar de ellas. Mientras tanto, Planeta aprovecha la popularidad de grandes series *shōnen* y se atreve con manga clásico y *seinen*, al mismo tiempo que se dedica a relanzar obras “de culto” en nuevas ediciones.

En lo que respecta a ECC y Milky Way, éstas aportan un sano contrapunto a las obras más comerciales a las que apuntan las tres grandes editoriales que dominan el mercado. ECC realiza apuestas muy arriesgadas con títulos poco conocidos pero que terminan por ser de gran éxito (aunque este riesgo podría ser negativo en algún momento en el futuro, pues estas obras podrían pasar desapercibidas ante el gran número de títulos más comerciales y de más renombre). Milky Way por otro lado tiene un talento a la hora de hacerse con licencias en el momento en el que aún están despegando en Japón, aprovechando un “auge simultáneo” muy beneficioso para ellos, además de la grandísima variedad de su catálogo, que incluye desde géneros tan amplios como el *shōnen* hasta otros con un público más reducido pero también más dedicado, como el BL (*Boys Love*, historias de amor entre hombres homosexuales).

Por último, en “el resto” encontramos editoriales como Tomodomo con 19 licencias, Fandogamia con 8, o Letrablanka con 3, por mencionar unos pocos ejemplos.

En total, en 2018 han sido 20 editoriales las que han publicado algún manga, un récord histórico y que traza una línea muy prometedora en el futuro del mercado del manga en España, con una variedad creciente.

Parece que en general el manga tiene muy buena aceptación y tanto los editores como los librerías están muy contentos. [...] A título personal, creo que lo mejor que podría pasar en los próximos años, al menos en lo referente a manga editado en formato físico, es mantenernos sobre estas cifras (o incluso una pequeña bajada tal vez) para dejar que el mercado se consolide aún más y dar un poco de respiro.

1.2.3. La licencia del manga en España

Antes de dar por finalizada esta sección es necesario analizar brevemente el procedimiento a través del cual son elegidos y publicados los manga en España por las editoriales locales. Ello nos proporcionará algunas importantes pistas sobre los motivos por los que no todo el manga publicado en Japón llega hasta España y los factores que inciden en la diferenciación de precios. El dibujante, guionista y editor Toni Kudo explica el proceso en la web de la editorial Letrablanka (letrablankaeditorial.es).

La primera etapa del proceso es la adquisición de la licencia a la editorial original japonesa. Se trata de un proceso complejo y dilatado en el tiempo: las editoriales japonesas han sido tradicionalmente renuentes a dejar sus licencias en manos de editoriales extranjeras, especialmente las pertenecientes a los títulos más populares y queridos en el mercado local, llegando incluso a oponerse a la cesión de los derechos aun sabiendo que ello le puede producir daños económicos. Suelen buscar editoriales extranjeras “competentes” y que sepan con certeza que harán un buen trabajo con la obra en cuestión. El proceso de negociación, como cualquier otro con empresas japonesas, es delicado y lento según los criterios occidentales.

Una vez han sido concedidos a la editorial española los derechos de publicación, el siguiente paso es la traducción, que puede ser realizada bien por un traductor interno de la propia editorial o bien por un traductor perteneciente a una empresa externa. El proceso de traducción será analizado en detalle en el capítulo tres.

A continuación se procede a realizar el montaje y el diseño de la maqueta. Se deben incluir los textos traducidos en los bocadillos y realizar algunos cambios en el diseño, como cambiar el logotipo de la editorial original por la española o incorporar anuncios de otros títulos de la editorial, por ejemplo. El volumen de trabajo a realizar en este paso depende de los materiales que ceda la editorial japonesa.

En el mejor de los casos, los materiales incluyen la maqueta original ya diseñada con las páginas colocadas y las cajas de texto para los globos ya creadas. Por lo que, si el formato es el mismo que el de la edición original, «sólo» hay que cambiar el texto de un idioma a otro y algunas labores de diseño. [...] En el peor de los casos los materiales pueden consistir en los archivos de las páginas del cómic con buena calidad de resolución... y ya. Eso implica tener que crear el archivo de la maqueta desde cero, colocar las páginas del tomo una por una y crear los recuadros donde colocar los textos traducidos (y, según el caso, hasta borrar el texto original de las páginas con Photoshop), lo cual puede llevar algunos días.

— Kudo (2017)

Una vez el texto ha sido traducido y dispuesto en la maqueta, debe ser revisado. La revisión atiende tanto a criterios artísticos como a criterios lingüísticos (gramaticales y ortográficos). Cuando hablamos de revisión artística nos referimos a, por ejemplo, las expresiones utilizadas en la traducción. Se debe evaluar si estas expresiones son adecuadas al contenido de la escena u obra, o si conviene cambiarlas por otras que encajen mejor, de forma que los diálogos suenen tan naturales como sea posible. En resumen, durante la revisión artística se le sugieren al traductor posibles soluciones para los problemas que se puedan encontrar durante la lectura. En cuanto a la corrección gramatical y ortográfica, se trata de garantizar el uso correcto de la lengua, evitar faltas de ortografía o erratas, el uso la letra cursiva, etc.

Una vez el tomo ha sido traducido, revisado y acabado, a continuación se debe conseguir el visto bueno de la editorial de origen. Esta etapa puede prolongarse hasta unas cuantas semanas, dependiendo de la disponibilidad de la editorial japonesa. Se intenta que esta fase sea lo más breve posible para no frenar el desarrollo y lanzamiento final de la obra.

Por último, se procede a la impresión y distribución de la obra. Antes de imprimir la tirada entera se realiza una especie de “versión de prueba” para revisión: se imprime el *plotter*, en papel normal.

Es una versión casera que contiene las líneas de corte (que permiten ver por dónde se va a cortar la página y comprobar los correctos espacios de los márgenes y viñetas a sangre) y los cuadernillos que van a componer el tomo o libro en cuestión. Cada cuadernillo se compone de 8, 16 o 32 páginas, y hay que asegurarse de que los cuadernillos están numerados correctamente y que las páginas dentro de estos se han colocado en el orden adecuado.

Según Marc Bernabé, la calidad de impresión y producción del manga en nuestro país es indudablemente de una gran calidad. España es uno de los escasos países (sólo junto a Japón, Francia y algunos países asiáticos) en los que se utilizan sobrecubiertas, así como la incorporación de páginas a color. En la mayor parte de los países el procedimiento de encuadernación es el encolado estándar, mientras que en España se realiza el cosido, y el papel y el entintado son de los de mayor calidad del mundo. Todos estos recursos y técnicas incrementan considerablemente el coste de los tomos de manga. Sin ir más lejos, las sobrecubiertas se colocan a mano, puesto que en España no disponemos de una máquina que lo haga mecánicamente (Bernabé, 2008).

Cuando el lanzamiento del manga es inminente, se acuerda con la distribuidora la fecha de distribución en librerías. La distribuidora anuncia la fecha de publicación a sus clientes (las librerías o cualquier otro punto de venta) entre dos semanas y un mes antes, y aquellas que decidan comprarlo lo pondrán en venta al público.

Conociendo todo este proceso no es difícil saber por qué el manga es tan caro en España, especialmente considerando la alta calidad del producto. Quizás lo más conveniente sería abaratar ligeramente el coste de producción y hacer así el producto final más asequible, u ofrecer una versión de menor calidad por un lado y otra de coleccionista por otro para los fans a los que no les importe pagar la diferencia.

2. La traducción del manga japonés

En el proceso de traducción desde el idioma japonés al español nos encontramos no sólo con una barrera lingüística, sino también con una barrera cultural. Esto ocurre en traducciones desde cualquier lengua, pero estas brechas y diferencias son indudablemente más amplias cuando se trata del japonés que con cualquier otra lengua europea, por ejemplo. La gramática funciona de forma totalmente distinta y la cultura japonesa nos resulta, de primeras, muy diferente y desconocida.

La traducción de manga es de carácter creativo. Se trata de un producto de ocio, y se está traduciendo desde una lengua muy ambigua, por lo que es posible permitirse (y en muchas ocasiones es incluso necesario) el salirse de lo literal para cumplir el objetivo real del proceso de traducción: mantener el “espíritu” original (Bernabé, 2012). Excepto en casos de traducciones más técnicas y objetivas (documentos legales o médicos por ejemplo), el traductor debe pensar siempre en el impacto final que el texto tendrá en el lector, que deberá ser lo más similar posible al impacto del texto de origen. Durante la traducción deberá modificar el mensaje literal original cuanto haga falta para lograr este propósito. Si hay un juego de palabras, por ejemplo, traducirlo literalmente haría que perdiese todo su “espíritu” e impacto originales; para evitar esta pérdida sería necesario localizarlo o adaptarlo en la medida que sea necesario.

2.1. El concepto de localización

Según la definición propuesta por LISA (*Localization Industry Standards Association*, recuperada de *lisa.org*), la localización hace referencia a la adaptación de un producto a un mercado concreto; esto incluye la traducción en sí, pero también la adaptación de imágenes, la adopción de la moneda local, el formato de fecha o de números de teléfono, etcétera. La finalidad de estas modificaciones es la de reconocer las sensibilidades locales, evitar conflicto con la cultura y los hábitos locales, y entrar en el mercado local teniendo en cuenta las necesidades y deseos del mismo.

Por este motivo actualmente se suele hablar más de localización que de solamente traducción, pues muchos productos requieren de este procedimiento (incluido el manga).

2.2. La internacionalización y localización del manga

Cuando un manga sale de Japón debemos considerar que el público, inicialmente, no está acostumbrado a este tipo de lectura. Son necesarias (o como mínimo de gran ayuda) ciertas instrucciones que ayuden al lector no japonés a comprender la estructura del manga o notas de parte del traductor acerca de referencias culturales que pueda desconocer, por ejemplo. También se añaden páginas por decisión de la editorial local, como anuncios de próximas entregas de la serie que se está leyendo o publicidad de otras licencias de la editorial.

Las secciones más comunes de este tipo son las que siguen (Brenner, 2007):

2.2.1 “Cómo se lee este manga”

Cuando el lector abre el tomo de manga en sentido occidental, en ocasiones puede encontrar una nota o página que le advierte de que ese no es el sentido correcto de lectura, y que debe empezar a leer “por el final”. También se explica brevemente que las viñetas y los bocadillos dentro de éstas deben leerse de derecha a izquierda. Añadir estas pequeñas notas supuso un gran cambio con el que se ahorró mucho en costes de producción, puesto que en los primeros años de internacionalización del manga (en el caso de España en la década de los 90) se optaba por revertir todo el cómic para que quedase en sentido occidental, con todo el dinero, tiempo y esfuerzo que este proceso conllevaba.



¡Atención!

¡Este manga está publicado en el mismo sentido de lectura que la edición japonesa! Tienes que empezar a leer por la que sería la última página de un libro occidental y seguir las viñetas de derecha a izquierda.

¡Yots

Yotsuba n°
Título origin
© Kiyohiko
Originally pu
by Media W
Spanish tran
with Media
TOHAN CO

© 2011 NO
por la edición
Passeig de S
08010 Barcel
Tel.: 93 303
Norma@nor
Traducción: /
Traducciones
Realización T
Depósito leg
ISBN: 978-8
Printed in th

www.Norm

Figura 17 - Nota en la última página de *¡Yotsuba!* de Norma Editorial

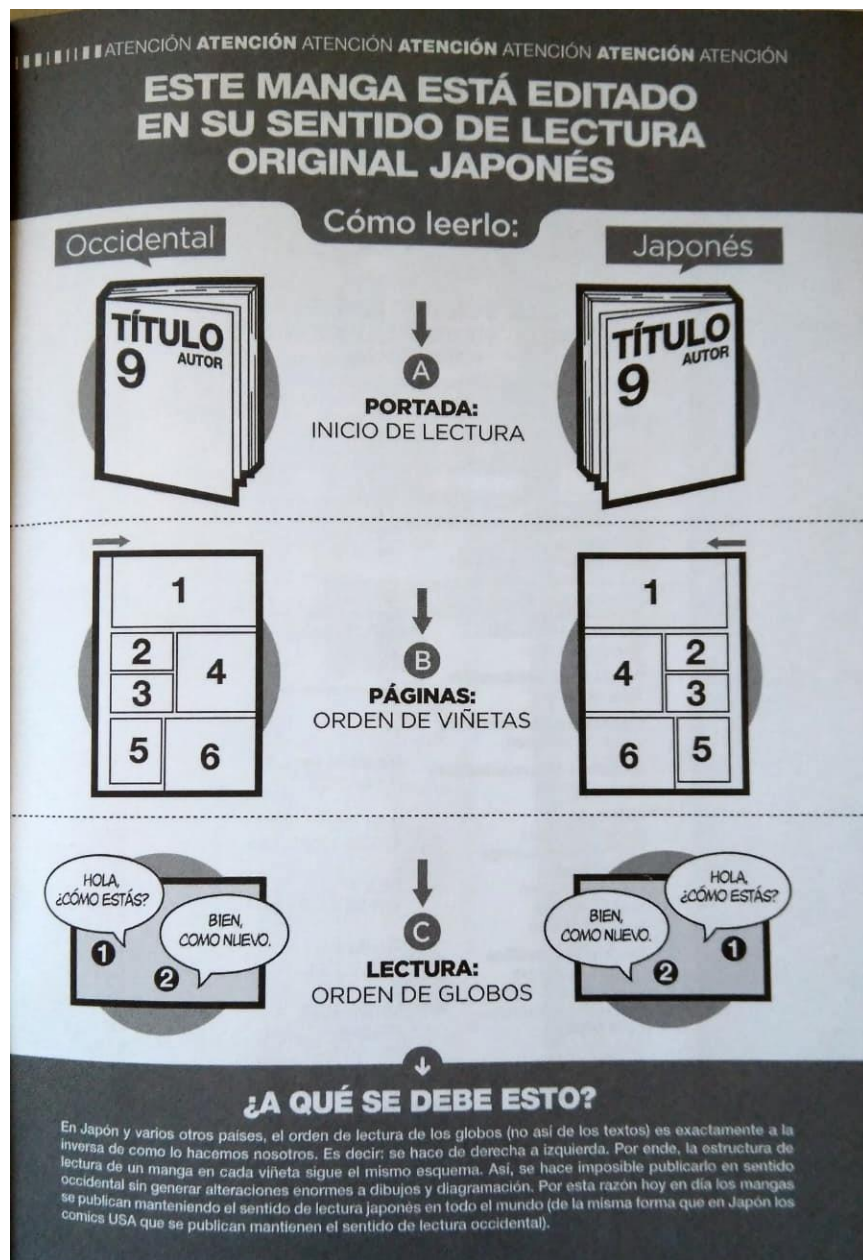


Figura 18 - Última página de *JoJo's Bizarre Adventure*, de la editorial Ivrea

Incluir o no estas anotaciones es decisión del editor. Algunas obras la adjuntan, otras no; y otras la incorporan únicamente en los primeros tomos, omitiéndola en números posteriores pues se da por hecho que el lector ya conoce cómo se lee un manga japonés.

La opción de darle la vuelta al manga también se desechó debido a que se debía tener mucha precaución con elementos visuales como mapas, concordancia con los diálogos (la frase “gire hacia la derecha” por ejemplo tendría que ser modificada) u otras ilustraciones

cuya orientación fuese relevante (acertijos, aparición de caracteres japoneses, etcétera). En la actualidad el único manga que continúa su publicación en formato “espejo” en España es *Detective Conan* de Aoyama Gōshō (青山剛昌, 1963 –), por parte de la editorial Planeta. El motivo de esto es el mantener la continuidad, dado que se comenzó a editar en este sentido y se quiere mantener de esta manera hasta el final (la serie aún sigue publicándose en Japón y siendo comercializada en España) (Bernabé, 2012).

2.2.2. Glosario

En aquellas ocasiones en las que en un manga abundan especialmente las referencias culturales japonesas, no es inusual encontrar unas páginas al final del tomo que expliquen dichas referencias. También es posible que exista un glosario de onomatopeyas y otros efectos de sonido (pues al encontrarse casi siempre dibujados en la propia viñeta es muy complicado editarlas y el resultado no siempre resulta estéticamente agradable, por lo que es posible que se mantengan sin traducir); aunque lo más común es la presencia de un pequeño asterisco bajo la viñeta en cuestión que donde se redacta la traducción de estas palabras, en caso de que se decida hacerlo. En ocasiones se ignoran algunas de estas onomatopeyas, puesto que en el japonés hay un gran número de ellas que son intraducibles (existen “onomatopeyas” para expresar una sensación o algo percibido con un sentido que no es el del oído) y no afectan realmente a la comprensión de la historia.

2.2.3. Explicaciones sobre los honoríficos

Los honoríficos son sufijos que se le añaden a los nombres japoneses y dependen del género, la edad o el rango social o profesional de la persona a la que nos dirigimos. Estos sufijos pueden ser desconocidos para el lector y por este motivo conviene explicarlos, aunque en España no hay costumbre de conservarlos en el texto traducido y siempre son omitidos. La ausencia del contexto que aportan los honoríficos se intenta compensar con otros recursos lingüísticos cuando se crea necesario (por ejemplo *-chan*, usado normalmente para los niños, podría sustituirse con el sufijo diminutivo *-ito*).

2.2.4. Notas del traductor

El traductor puede hacer pequeños incisos durante la lectura añadiendo “N. del T.” a pie de página para aportar explicaciones o contexto que sean necesarios para entender

correctamente el texto o lo que está sucediendo en la historia. Es más conveniente que un glosario al final del tomo, ya que no interrumpe la lectura en igual medida, pero estas notas deben ser breves o no entrarán en el espacio disponible bajo las viñetas o entre las mismas.

2.2.5. Publicidad y notas del editor

La editorial española puede incluir al final del manga dos o tres páginas dedicadas a publicitar otras obras de su licencia o anunciar la próxima entrega de la obra que se está leyendo, así como notas sobre el autor o el manga en cuestión. Por ejemplo, al final del primer tomo de *¡Yotsuba!* la editora Annabel Espada de Norma Editorial incluye un texto sobre el manga orientado a niños, sobre *¡Yotsuba!* y sobre el autor Azuma Kiyohiko.

2.3. Dificultades y obstáculos en la localización del manga

Cada traductor decide cómo abordar esta tarea, aunque debe ceñirse a las directrices que le proporciona la editorial (o incluso la editorial japonesa de origen), si las hubiese. Estas pautas rigen de cuánta libertad dispone el traductor para diferir del texto original. Algunas de las dificultades más comunes a la hora de localizar un manga incluyen cómo traducir referencias a la cultura popular y chistes o juegos de palabras que no tendrían el mismo efecto en lectores occidentales, así como el hacer entender el significado social del uso de cierto vocabulario o registros formales e informales que pueden no existir en nuestra lengua (Brenner, 2007).

Existe un continuo debate acerca de si el traductor debería traducir una palabra o expresión de forma literal, o si en cambio debería buscar otra que sea equivalente en la lengua meta y que consiga en el lector un impacto más similar al original. Esto se complica en mayor medida cuando se trata de referencias a la cultura popular, muy habituales en el manga. Por ejemplo, una referencia a una estrella del pop japonesa tendría poco o ningún impacto en un lector español; pero si se cambiase su nombre al de una cantante estadounidense mundialmente conocida este impacto sí sería similar al original (Íbid.).

Marc Bernabé realizó una conferencia en 2012, en la Facultad de Traducción e Interpretación de la Universidad de Santiago de Chile, en la que habló sobre los problemas idiomáticos que se presentan a la hora de traducir manga y las dificultades específicas de este medio. A continuación los analizaremos uno por uno, con algunas interjecciones

(especificadas en su caso) de Robin E. Brenner en su libro *Understanding Manga and Anime* (2007) y otras aportaciones propias:

2.3.1. Lenguaje oral en formato escrito

El manga es, en sí mismo, una “traducción”: el lenguaje oral implica un cierto uso de las palabras o tono de voz, con su propio significado, que se debe “traducir” al lenguaje escrito (Brenner, 2007). La expresión oral es muy distinta a la expresión escrita, incluso en el orden de las palabras para construir una frase que escogemos de forma inconsciente. Esta y otras peculiaridades del discurso oral, como pueden ser también un tartamudeo o el hablar para uno mismo, por ejemplo, quedan reflejadas por escrito en el manga en forma de diálogos y entender sus connotaciones y contextos es crucial para traducirlos correctamente (Bernabé, 2012).

2.3.2. Particularidades del idioma japonés

La primera que nos vamos a encontrar es con los nombres: en japonés primero se sitúa el apellido y después el nombre; cada vez que se presenta a un personaje el traductor tiene que invertir el orden. Esto también puede crear confusión entre los lectores que no sepan que, en Japón, lo más normal cuando no se tiene confianza suficiente con otra persona es dirigirse a ella por su apellido, mientras que aquí (haya mayor o menor confianza) lo habitual es llamarla por su nombre de pila. En algunas ocasiones esto se puede complicar más aún debido a los *kanji* que forma los nombres japoneses, y que pueden reordenarse para formar un “nuevo nombre” o un mote. Por ejemplo, en el caso del manga *Bakuman*, un personaje cuyo nombre es Moritaka y se escribe 最高 adopta por sí mismo el apodo de Saikō, que es una lectura alternativa de los *kanji* (y además significa “el mejor”); y su compañero Akito, por el mismo método, cambia la lectura de su nombre 秋人 a Shūjin (lit. “prisionero”). Esto no es realmente traducible y no queda otra que explicarlo mediante un diálogo entre los personajes o en una nota del traductor (u omitirse cualquier explicación, aunque no sería lo más aconsejable ya que el lector podría perderse).

Los diferentes dialectos del japonés también son un gran obstáculo a la hora de traducir desde este idioma. Aunque no se presenten muy frecuentemente en algunos géneros, no es tampoco nada raro encontrarse un *Ōsaka-ben* (dialecto de Ōsaka) en otros, sobre todo en el de la comedia teniendo en cuenta el contexto humorístico asociado a esta variante del japonés

(existen muchos más dialectos, pero éste es el más mencionado). Podría decirse que el *Ōsaka-ben* es comparable al andaluz en español, o al acento sureño del inglés estadounidense (como por ejemplo ocurre en la saga de videojuegos *Phoenix Wright* con el personaje de Lotta Hart, cuyo nombre ya de por sí es un juego de palabras en inglés, y que habla con estos acentos en las versiones española e inglesa respectivamente); pero no siempre es posible justificar que un personaje hable en andaluz, ya que si este dialecto está presente es casi seguro que sea en un contexto en el que se sabe con certeza que los personajes son japoneses y no sería coherente. Aun así hay que hacer algo al respecto, ya que el lector debe saber que esa persona en concreto habla diferente a las demás (y además saber que esa forma de hablar es particularmente especial y peculiar, pues no es sólo parecido a un acento sino que también cambia palabras totalmente). El traductor debe buscar la manera de conseguir este objetivo.

Otro aspecto muy importante a tener en cuenta es el registro lingüístico, que varía según quién hable, el contexto en el que se encuentra, hacia quién se dirige, etc. Estas diferencias existen en todos los idiomas, pero en el japonés existen varios niveles de formalidad que están sujetos a la posición social de quién habla y a quién se dirige; estos matices más concretos se pierden en la traducción, pero por suerte en español podemos apoyarnos en el *usted*; en inglés no existe esta diferencia. Y si por el contrario un personaje está hablando de forma maleducada y grosera, que en japonés se notaría ya desde el pronombre personal que usa el propio personaje para referirse a sí mismo al empezar una frase, en español tendríamos que buscar alternativas como expresiones bordes o incluso palabras malsonantes (si las directrices de la editorial lo permiten, dependiendo de para qué público esté destinado el manga) (Bernabé, 2012).

En japonés no ha distinción de género y número en los sustantivos y adjetivos, ni existe una forma concreta para el tiempo futuro de los verbos. Este último problema puede evitarse con la inclusión en la versión original de algún adverbio que especifique cuándo se realiza la acción, pero si no lo hay, el traductor debe guiarse por el contexto (Ibíd.). Lo mismo ocurre con el género y número. Sin embargo, esta falta de distinción a veces se usa a propósito. El caso más frecuente es el de un personaje cuyo género no es identificable porque es de aspecto andrógino (y puede mantenerse así hasta el final por voluntad del autor o ser revelado más tarde su género real), o incluso aparentar ser de un sexo y que más tarde se revele que es del

otro. Un diálogo en japonés puede transcurrir normalmente sin que haya ninguna pista del género de la persona en cuestión, pero en español es mucho más difícil. El traductor debe “dar un rodeo” para esquivar cualquier posible sustantivo o adjetivo que indique género al referirse a dicho personaje, por ejemplo “qué cansancio” en lugar de “estoy cansado/a”. Si una serie está finalizada y el traductor tiene dudas sobre el sexo de un personaje, puede leer la obra al completo y encontrar la respuesta; si la obra está sin finalizar, deberá traducir con cuidado. Pero hay casos en los que el misterio se mantiene a propósito, y si el traductor conoce el desenlace y comienza a traducir desde un género u otro, la sorpresa queda arruinada. En caso de que al traductor no le quede claro el sexo de la persona pero no se trate de algo intencionado, también se procurará hablar neutralmente hasta que se disipe esa duda; si el traductor se equivoca y asume el género equivocado, creará contradicciones y la traducción será de menos calidad (además de provocar el enfado de los fans) (Ibíd.).

Los honoríficos son una parte muy importante del japonés. Su significación social puede ser complicada y varía dependiendo de la situación y de los hablantes. En Japón, los honoríficos se usan al final del nombre de una persona y aportan información de su edad, género y la posición o distancia social entre el hablante y la persona a la que se dirige. Si se usan junto al apellido serán más formales; si es junto al nombre, más informales. No usar un honorífico implica una relación muy estrecha (Brenner, 2007). El sufijo *-san* se usa para dirigirse a personas mayores que el hablante y entre adultos, normalmente; *-kun* se usa para los hombres jóvenes de mismo estatus social; *-chan* se usa para referirse a niños o chicas jóvenes con las que hay confianza, y tiene sentido de diminutivo; y *-sama* implica un grado muy alto de respeto, para referirse a altas clases sociales o nobleza (especialmente con sentido histórico). Los honoríficos pueden usarse para jugar a propósito con ellos: una chica puede hablarle a un chico de *-chan* cariñosamente y hacerlo sonrojar, una chica puede ser tratada de *-kun* porque es muy masculina, una persona puede mostrar idolatría por alguien con el sufijo *-sama* a pesar de que ésta no es de clase noble, etcétera. Además, usar un honorífico que implique demasiada confianza cuando en realidad no se tiene se considera de mala educación (Ibíd.). Es muy importante traducir, siempre que se pueda, de forma que los matices que aportan estos sufijos no se pierdan en la lengua meta. Un *-san* se puede traducir fácilmente como un “señor/a” en la mayoría de los casos, o usando el usted en el resto de la frase para mostrar educación. Pero para traducir casos excepcionales como los nombrados,

el traductor debe hacer uso de su imaginación y buscar otras maneras de implicar el significado que el autor original buscaba con estos honoríficos. Sin embargo hay ocasiones en las que palabras como *senpai* (usado para referirse a un estudiante de grado superior al del hablante; aunque no necesariamente de mayor edad) o *kōhai* (al contrario, para aquellos de grado inferior), que también se usan tras el nombre, no tienen traducción en nuestro idioma e inevitablemente se pierde parte del “espíritu” original al traducir. En algunos países se dejan los sufijos intactos y se explican aparte en una nota al final del tomo, pero en España no existe costumbre de hacer esto y se prefiere omitirlos (lo cual parece la opción más correcta si tenemos en cuenta que en español no existen estas palabras y, por tanto, no sería natural dejarlas).

Por último, la estructura gramatical del japonés aumenta el grado de dificultad cuando se va a proceder a realizar una traducción. El orden de los elementos gramaticales de una oración es completamente diferente, siendo la diferencia más evidente el hecho de que el verbo en una oración siempre va al final. El traductor debe “desmontar” la frase y volver a componerla desde cero en español, reposicionando cada elemento de forma que suene lo más natural posible. Las partículas del japonés, que marcan la función que ocupa en la frase cada palabra, pueden facilitar esta tarea aunque en ocasiones también dificultarla (una misma partícula tiene varias funciones, excepciones según el verbo, etc.).

Sin embargo, el lado positivo es que el japonés es tan diferente del español que nos evitamos los famosos “falsos amigos” que existen en el inglés u otras lenguas europeas, y que dan lugar a grandes errores de traducción y pérdidas de coherencia (Bernabé, 2012).

2.3.3. Gran variedad de géneros

El manga es como el cine, es un medio dentro del cual se pueden encontrar todo tipo de géneros: de humor, romántico, de acción, etc. Y esto también incluye géneros muy específicos o incluso educativos, como el manga histórico e incluso manga sobre gastronomía o medicina. Marc Bernabé explica que cuanto más específico, técnico y/o educativo es un manga, más precisa ha de ser la traducción. Normalmente se hace uso de la traducción artística en este medio, pero información objetiva requiere traducción objetiva (Ibíd.).

Asimismo, este tipo de contenido requiere una gran labor de investigación por parte del traductor para cerciorarse de que la traducción es correcta, precisa y de calidad.

2.3.4. Onomatopeyas

A pesar de que en español las onomatopeyas representan sonidos, en japonés van mucho más allá. En su tesis doctoral *La Traducción de Onomatopeyas y mimesis japonesas al español y al inglés: los casos de la novela y el manga*, Inose Hiroko (2009) hace uso del *Kojien* (5ª edición, 1998), el diccionario más prestigioso de la lengua japonesa, para distinguir tres tipos de onomatopeyas:

- 1) *Giseigo* (擬声語): imitan voces humanas o sonidos de animales. Por ejemplo キャー
キャー (*kyaa kyaa*, voz alta y alegre de una mujer) o ニャンニャン (*nyan nyan*, el
maullido de un gato).
- 2) *Giongo* (擬音語): imitan sonidos reales no producidos por seres vivos. Por ejemplo
さらさら (*sara sara*, la corriente de un río) o ざあざあ (*zaa zaa*, lluvia fuerte).
- 3) *Gitaigo* (擬態語): expresan estados de ánimo o sensaciones que se perciben con otros
sentidos diferentes al del oído. Por ejemplo ふわふわ (*fuwa fuwa*, algo esponjoso),
にやにや (*niya niya*, sonrisa irónica) o キラキラ (*kira kira*, algo que brilla).

Las onomatopeyas japonesas siempre se escriben en *kana* y la elección entre *hiragana* o *katakana* depende puramente de la sensación visual que se quiere dar (pues se pronuncian exactamente igual): el *hiragana* (ひらがな) se ve más redondeado y suave; el *katakana* (カタカナ) da una sensación más mecánica y fuerte (se suele usar para expresar sonidos fuertes, bruscos o gritos).

Mientras que las *giseigo* y las *gitaigo* son fácilmente traducibles (en mayor o menor medida, puesto que hay muchísimas palabras *giongo* en el japonés y no todas tienen equivalente en español), el mayor problema viene con las *gitaigo*. ¿Cómo traducimos una palabra que expresa que huele bien? ¿O una que expresa un estado de relajación? En estos casos el traductor hace uso de su creatividad y cambia la onomatopeya por alguna palabra que exprese algo lo más parecido posible. Marc Bernabé (2012) mostraba en su conferencia un ejemplo con el que se encontró: la onomatopeya ほか〜 (variación de ほかほか *hoka hoka*), que expresa calor pero especialmente el calor que desprende una comida que huele o se ve muy bien. A pesar de que realmente expresa calor, Bernabé tradujo esta palabra por

“olorcito” ya que el personaje se encontraba cerca de una cocina. El contexto es crucial en este tipo de situaciones. Por otro lado, en *Azumanga Daioh* encontramos el siguiente ejemplo:

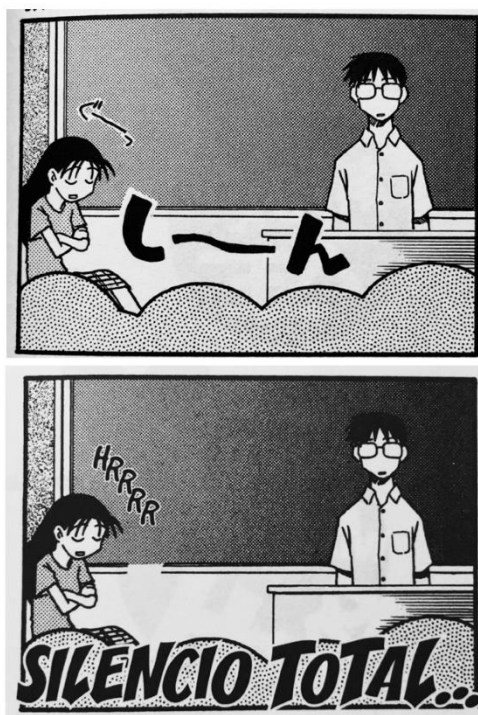


Figura 19 – Comparativa de traducción de *gitaigo* en *Azumanga Daioh*.

En este caso es importante señalar que reina el silencio en la escena, y por este motivo se traduce y además se reemplaza la *gitaigo* original en la traducción a la lengua meta.

También explica, a modo de intervención adicional, que el traducir las onomatopeyas o no y la manera hacerlo son decisiones de la editorial y tarea del rotulista. Puesto que las onomatopeyas están dibujadas en la propia viñeta, no es tan sencillo como sustituir cuadros de texto. Existen varias formas de abordar esto (Bernabé, 2012):

- No traducirlas, o traducir sólo las que sean necesarias para entender bien lo que está ocurriendo. A menudo los dibujantes usan onomatopeyas para describir lo que está ocurriendo en vez de usar diálogos o narración. Si hay una explosión, por ejemplo, y esto se expresa mediante una onomatopeya, el lector que no sepa leer japonés no entenderá a qué tipo de sonido se refieren los personajes que luego pregunten “¿qué ha sido eso?”.

- Traducirlas y sustituir las originales en las viñetas. Esto es una grandísima labor para el rotulista, quien tiene que cortar y sustituir cuidadosamente partes del dibujo. Si no se hace bien el dibujo original queda estropeado. Según Bernabé esto suele hacerse en manga para niños, para que sean más fáciles de entender.
- Traducirlas y “subtitularlas”, sin borrar las originales. Bernabé afirma preferir este método, ya que el lector puede entender así las onomatopeyas al mismo tiempo que se respeta el dibujo original (que en ocasiones es muy elaborado para estas palabras y puede llegar a ocupar viñetas enteras), y además es la opción más fácil, rápida y fiable para el rotulista. Se puede colocar una onomatopeya traducida justo al lado de la original o colocar un asterisco y colocar la traducción justo sobre/bajo esa misma viñeta, aprovechando los espacios entre viñetas y márgenes.

El manga *JoJo's Bizarre Adventure* de la editorial Ivrea, traducido por Pablo Tschopp, es muy conocido por sus escenas de gran dramatismo y su uso de onomatopeyas para lograrlo. Podemos encontrar los tres casos mencionados en cuanto a traducción de onomatopeyas:



Figura 20 - Fragmento de *JoJo's Bizarre Adventure*

En este caso se ha conservado sólo la original. No es una onomatopeya realmente importante para saber lo que está ocurriendo así que no hay necesidad de sustituirla o subtítularla, ahorrándole así tiempo y esfuerzo al rotulista, quien además tendría que vérselas con la trama (técnica utilizada muy a menudo en el manga para fondos y sombras) para no estropearla.



Figura 21 - Fragmento de *JoJo's Bizarre Adventure*

En la segunda imagen se ha usado la técnica de sustituir la onomatopeya por completo. Tratándose de un fondo blanco, el rotulista lo tiene mucho más fácil que con las tramas de antes. Puede que la decisión de sustituirla se deba a que aporta mayor dramatismo, pues no tenemos una palabra “desconocida” (para el lector medio) que atrapa toda la atención acompañada por una pequeña traducción al lado. Esto podría frenar la lectura, y aunque fuese sólo por un instante, afecta al ritmo del lector. Además se ha tenido el cuidado de usar una fuente que se fusiona muy bien con la escena, tal como habría hecho el autor original.



Figura 22 - Fragmento de *JoJo's Bizarre Adventure*

Por último tenemos un “subtitulado” de onomatopeyas, dos en este caso. Ambas, especialmente la última, están muy estilizadas y fusionadas con el dibujo, por lo que la opción de sustituirlas queda descartada. Por otra parte, son demasiado grandes y llamativas para dejarlas tal cual: son una gran parte de la escena y tienen mucha importancia, y el lector va a preguntarse qué significan. Tenemos arriba una puerta de hierro abriéndose, y debajo una *gitaigo* muy especial: ゴゴゴゴゴ (*gogogogogo*), que expresa un momento de gran tensión o expectación de que algo importante va a suceder. Es una onomatopeya especialmente conocida entre los fans de esta serie por su frecuente uso, por lo que conveniente traducirla y explicar qué significa.

2.3.5. Bocadillos

El espacio y la forma de los bocadillos de diálogo obligan al traductor a acortar frases para que quepan dentro y se vean bien; aunque esto también necesita ayuda del rotulista, que se encarga de ajustar el tamaño de la fuente, gran parte de esta tarea es del traductor. Debe ser tan conciso como sea necesario siempre evitando perder la más mínima información posible, aunque por desgracia esto a veces es inevitable. También existen ocasiones en las que ocurre lo contrario y un recuadro de texto o un bocadillo es demasiado grande para el texto traducido, y hay que alargar ligeramente la frase para que quede mejor estéticamente.

El japonés es un idioma muy sintético: los *kanji* representan palabras enteras y no existen espacios entre palabras. Veamos un ejemplo contabilizando letras, espacios y punto final:

私は田中です。 → 7 caracteres

Yo soy Tanaka. → 14 caracteres

Pese a que en este formato las frases son casi igual de largas físicamente, a la hora de traducir frases largas y tener que encajarlas en bocadillos de un tamaño particular esto se nota mucho más (y se nota todavía más en la traducción de videojuegos, donde el número de caracteres disponible por línea es limitado y depende del software que la compañía de origen ha programado y a menudo no se puede modificar).

También es relevante la forma de los bocadillos: en los manga japoneses se escribe en vertical, y así son dibujados. En español no siempre podemos hacer esto y tenemos que amoldarnos a esto cortando palabras largas, aunque en muy contadas ocasiones puede hacerse una excepción particular (normalmente con exclamaciones, las cuales son fáciles de leer en este sentido, y no con frases normales). El resultado a veces es un poco incómodo de leer, pero no hay solución posible a esto sin que involucre la edición del dibujo y no merece la pena tal gasto de tiempo, dinero y esfuerzo.



Figura 23 - Viñeta de ¡Yotsuba!

2.3.6. Referentes culturales

Por último, Marc Bernabé habla en su conferencia de las dificultades de traducción que implican las referencias a la cultura japonesa y nos aporta varios ejemplos. Teniendo en cuenta que el manga es, principalmente, por y para japoneses, es muy normal encontrar estas referencias y enumera hasta tres maneras de abordarlas (Bernabé, 2012):

- A) Traducción adaptativa: el término se adapta para comprensión del lector español, sustituyendo la palabra japonesa. Por ejemplo adaptar “*takoyaki*” como “bolitas de pulpo”, o “*hina matsuri*” como simplemente “festival”. Esta opción no está mal, pero nos hace perder algo de información (concreciones o matices culturales). También depende de si esa referencia cultural va a realizar apariciones continuas o ha sido algo esporádico; si sólo aparece *takoyaki* una vez, ¿merece la pena interrumpir al lector con una nota del traductor? En tal caso lo más fácil es simplemente adaptarlo como “bolitas de pulpo”. También se suele hacer esto en manga para niños, pues es lo más fácil de entender y no hace falta más trasfondo cultural.
- B) Traducción literal: consiste en dejar la palabra o referencia japonesa tal cual, y traducirla o explicarla por separado en una nota del traductor. “Me apetece comer *takoyaki*.” “N. del T.: el *takoyaki* son unas bolitas de pulpo fritas...”.

C) Traducción explicativa: se trata de dejar el término original en japonés y, aprovechando el espacio del bocadillo (si fuese posible), añadir ahí la explicación de manera que suene natural en un diálogo. “Me encanta el *sukiyaki*, ¿es mi estofado favorito!”. A partir de ese momento, como ya hemos explicado qué es el *sukiyaki*, si se repite ese término más veces podemos dejar el original: el lector sabrá de qué se está hablando y le resultará más natural.

Cada vez existe menos necesidad de explicaciones: con el paso del tiempo se sabe más sobre cultura japonesa en occidente, el conocimiento evoluciona. Por ejemplo, nunca hizo falta explicar qué era el sushi porque ya era conocido desde hacía tiempo, pero sí se necesitaba explicar “sashimi” o “tatami”. Hoy en día no es necesario explicar tampoco ninguna de esas dos palabras (Bernabé, 2012).

En los análisis al final de este trabajo podremos ver numerosos ejemplos de referentes culturales y cómo han sido adaptados en la traducción al castellano.

2.4. Factores que influyen en la traducción

Las decisiones sobre la traducción suelen ser (a excepción de las pautas que les proporcione la editorial) del propio traductor, y éste siempre tiene como prioridad conservar el “espíritu” del original frente a una traducción precisa (a menos que se trate de un manga muy técnico, como dijimos anteriormente). Dicho esto, hay diversos factores que influenciarán al traductor a decantarse por una traducción u otra (Bernabé, 2012):

- Género del manga: no es lo mismo traducir un manga para niños que uno para adultos, y las decisiones del traductor dependerán de ello.
- Nivel de especialización del público de destino: los fans más acérrimos y lectores asiduos de manga querrán más fidelidad y preferirán explicaciones y notas del traductor antes que adaptaciones. Es importante considerar que muchos de ellos leen manga porque al mismo tiempo están interesados en la cultura japonesa y quieren aprender más sobre ella. El público infantil, en cambio, querrá simplemente disfrutar de la lectura y es más conveniente adaptar cuanto haga falta.
- Serie de animación emitida o no: si el manga ha llegado a España después de llegar su serie de animación (que era lo que ocurría hace décadas, en los inicios del manga en nuestro país) ha de traducirse usando los mismos términos, nombres, etcétera. Ha

de mantenerse la concordancia para los fans que vayan a consumir ambos medios. Esto ocurre también al contrario si se va a traducir anime (lo que es más común hoy en día), donde habrá que tener en cuenta la previa traducción del manga.

- Política editorial: el traductor siempre tendrá que seguir las directrices que le proporcione la editorial, como puede ser por ejemplo la restricción del uso de lenguaje obsceno.
- Canal de distribución: si el traductor conoce el tipo de punto de venta al que irá el manga puede saber también qué tipo de público lo comprará, y adaptar en cierta medida su traducción. Si se venden en una librería especializada el público será más *otaku* y el traductor pondrá más notas, explicaciones, etcétera; y si se vende en un kiosco o se va a editar en masa podemos imaginar que el público será más general.
- Popularidad de la serie y *scanlations*: cuanto más popularidad tiene una obra más exigentes serán los fans, y el traductor deberá tener cuidado y escuchar al público para asegurarse de que su traducción sea de su agrado. Lo mismo ocurren con las *scanlations*. Antes de estrenarse una serie en España ya hay mucha gente que la ha estado siguiendo por este método (de hecho suele ser la popularidad que consiguen las series así lo que motiva a las editoriales a traer esas licencias) y se suele dar el caso de que estos fans ya se han acostumbrado a ciertos términos o nombres, y exigen que al final la traducción oficial concuerde con estos.

En general, la principal regla a seguir es “cuanta más especialización, menos adaptación”; es decir, una traducción menos creativa y más rigurosa (Ibíd.).

No siempre se le da importancia a estos factores de influencia; ésta es una lista personal de Marc Bernabé que recoge aquello que él sí considera y ante lo que intenta ajustar su traducción.

3. Análisis y comparativa: ejemplos en el manga humorístico

Para elaborar los siguientes análisis y comparativas entre textos originales y traducciones he realizado una selección de obras manga de comedia, tanto por el hecho de que me son personalmente más familiares como por el amplio territorio que ofrecen para darse casos de diferencias idiomáticas y barreras lingüísticas que son necesarias adaptar para hacer llegar el mensaje correctamente a cualquier lector de habla no japonesa. Estas obras son también *slice*

of life por el mismo motivo: ofrecen un contexto cotidiano de la vida japonesa, con abundantes referencias a la cultura y elementos típicos del día a día que a muy a menudo requieren adaptación de algún tipo. Procedo a continuación a explicar dichos géneros a modo de ofrecer mayor contexto y comprensión de los posteriores análisis.

3.1. La comedia en el manga

En el manga existe el humor en prácticamente casi todos los géneros, de una forma u otra. No es indispensable que se trate de un manga estrictamente humorístico para tener elementos de comedia. Sin embargo, esto no sólo no evita que haya un género de comedia específico, sino que además hay más de un subgénero. Seguidamente aportaré más información y contexto sobre dos de los más relevantes.

3.1.1. Yon-koma

El *yon-koma* (四コマ) es aquello a lo que aquí podríamos referirnos como tira cómica. Cada tira está siempre compuesta de cuatro viñetas (como su nombre indica) en vertical, en las que se desarrolla la historia; casi siempre consta de dos columnas. En la cuarta y última viñeta es donde se encuentra el “golpe de gracia” o *punch line* que cierra el acto y provoca la risa al lector, acabando el chiste que se ha desarrollado en las viñetas anteriores o dándole un giro por completo que sorprenda al quien la está leyendo.

Existe una palabra japonesa para referirse a esta narrativa y en la que se apoya el *yon-koma*: 起承転結 (*kishōtenketsu*), “introducción, desarrollo, giro y conclusión”. Cada carácter se refiere a uno de estos pasos (Maynard, 1997):

- 起 (*ki*): introducción o planteamiento del tema, presentación de personajes, tiempo y lugar, etcétera. Cualquier dato que sea necesario para comprender la historia que sucede.
- 承 (*shō*): continúa la historia por donde la deja la introducción, y conduce al giro. No suelen ocurrir elementos realmente importantes.
- 転 (*ten*): giro de la historia o nuevo tema o subtema; clímax de la historia.
- 結 (*ketsu*): conclusión o desenlace, que lleva la historia a su final. En el caso de los *yon-koma* también puede conducir a la continuación en la segunda columna; se cierra

un tema pero se abre otro en el mismo entorno, con los mismos personajes, etcétera; la segunda columna no necesitaría una introducción, pues ya está hecha.

Por supuesto esta línea narrativa no tiene porqué seguirse a rajatabla en el manga *yon-koma*; en ocasiones simplemente la usa como una guía lógica de desarrollo.

Uno de los ejemplos más famosos de este género es *Azumanga Daioh* de la autora Azuma Kiyohiko (あずまきよひこ). Mientras que los escenarios y las situaciones van cambiando, la historia siempre sigue al mismo grupo de chicas de instituto (y en ocasiones también sus profesoras). A menudo los escenarios son cotidianos, pero tienen lugar situaciones divertidas o disparatadas que se dan gracias a las diferentes y fuertes personalidades de los personajes. Cada una de las chicas, desde una niña de diez años hasta una profesora adulta, aporta su propia perspectiva única, enriqueciendo la historia. Esta obra también es un *slice of life*; de hecho, las protagonistas son tan cotidianas y “reales” que, como podemos ver en las portadas a color, todas ellas visten un uniforme normal y tienen el pelo de color negro o marrón (cuando lo normal es que los personajes de un manga tengan el pelo de algún color especial, sobre todo para destacar al protagonista u otros personajes sobre el resto).

Una de ellas nos llama la atención a la hora de analizar la obra a nivel tanto de comedia como lingüístico: Kasuga “Ōsaka” Ayumu, que recibe este mote por su ciudad de origen. Su dialecto, único entre sus compañeras, da paso a malentendidos y situaciones cómicas especiales. Es interesante también analizar esto desde un punto de vista traductológico, asunto que abordaremos más adelante.

Adicionalmente también es común encontrar algunas tiras *yon-koma* en algunos manga de humor como contenido extra, al final del tomo o de un capítulo. Estas tiras no afectan a la historia principal y su única función es la de divertir al lector. Asimismo, en los manga *yon-koma* pueden encontrarse unas pocas páginas en las que el autor ha cambiado la narrativa a la del manga corriente para desarrollar una historia más extensa y detallada (como ocurre en *Azumanga Daioh*).

3.1.2. *Slice of life*

Traducible a la expresión “recuentos de la vida”, este género se centra en el día a día y la vida cotidiana de sus personajes. Estas historias suelen centrarse en la escuela o instituto,

puesto que es la fuerza más dominante en la vida de los jóvenes; o en las relaciones personales, ya sean con la familia o con un interés romántico. En otras ocasiones la historia se sitúa en un escenario en particular, como una cafetería o un restaurante. Las historias que se presentan no son realistas al cien por cien y emplean un sentido del humor exagerado, puesto que lo importante no es una visión realista del mundo sino una buena historia (Brenner, 2007).

Un ejemplo de manga *slice of life* es *Danshi Kōkōsei no Nichijō* (lit. “la vida cotidiana de los chicos de bachillerato”) del autor Yamauchi Yasunobu (山内泰延), que como su nombre indica sigue el día a día (rebotante de humor y disparates) de un grupo de estudiantes en sus últimos años de instituto. Más enfocado a la familia destaca *Yotsuba!*, cuya protagonista es una niña de cinco años y pelo verde a quien le fascinan hasta las cosas más cotidianas, que vive con su padre adoptivo y que visita y sale a jugar con sus vecinas. Yotsuba tiene una personalidad muy especial y sus reacciones exageradas a cosas tan normales como un columpio o un aparato de aire acondicionado son la principal fuente de humor (además de las reacciones de los demás personajes a estos comportamientos).

3.1.3. La inserción del humor en otros géneros

En muchos casos no resulta tan sencillo trazar una línea que separe qué manga es propiamente humorístico y cuál no. Pese a haber géneros o sub-géneros más definidos de comedia, realmente es algo que puede estar insertado de una forma u otra en cualquier género, y podemos afirmar con convicción que la comedia está presente en manga dirigido a todas las demografías (*shōnen, shōjo...*).

Incluso en el manga más serio, el humor se usa para alegrar los ánimos, fastidiar a un personaje o incluso hacer burla de aspectos convencionales del manga. Algunos lectores poco familiarizados con esto pueden verse repentinamente sorprendidos cuando, en medio de un momento serio, uno de los personajes aparece en forma de *chibi* y dice un disparate; después de esto la situación seria sigue como si nada hubiese ocurrido. Esta intervención humorística puede sacar a los lectores de la historia, y uno ha de acostumbrarse a las interrupciones esporádicas de este tipo; pero finalmente cumplen su objetivo de hacer reír al lector (Brenner, 2007).

Los géneros de aventuras y acción van casi siempre de la mano de la comedia. Aunque estas obras no sean exclusivamente de comedia, las situaciones humorísticas fluyen constantemente; así ocurre en *shōnen* tan famosos como *One Piece* o *Naruto*.

3.2. Técnicas de traducción y análisis de ejemplos

A continuación procedo a catalogar las técnicas de traducción existentes, junto con sus respectivas descripciones, según la lista recuperada del trabajo de investigación de Silvia Ruiz (2013) y que ha sido elaborada a partir de una combinación de dos fuentes: las propias listas de técnicas realizadas por Hurtado (2001) y Mangiron (2006). He empleado esta lista como guía al analizar los ejemplos de mi propia selección. No dispongo de muestras de cada una de ellas; sin embargo, he decidido incluir la lista al completo como aporte adicional de información.

- Adaptación: sustituir un elemento cultural de la cultura de origen por otro de la cultura meta.
- Adaptación cultural: similar a la anterior, pero sustituyendo el elemento original por otro de la misma cultura de origen que le resulte más conocido al lector de la lengua meta.
- Amplificación: conservar la referencia cultural original (habitualmente a modo de préstamo) y añadir la información necesaria para que el lector de la lengua meta lo entienda (mediante notas a pie de página o paráfrasis explicativas, por ejemplo).
- Calco: usar un préstamo o traducción literal de una palabra o sintagma extranjero, aunque exista una forma propia en la lengua meta. Puede ser de tipo léxico o estructural.
- Compensación: añadir en otro lugar del texto meta la información o el efecto estilístico que el referente original producía y no ha podido ser reflejado en el mismo lugar específico en el texto meta.
- Creación: introducir un referente cultural en el texto meta creado por el traductor, fruto de su creatividad.
- Descripción: sustituir el referente original por la descripción de su forma o su función.

- Descripción intracultural: similar a la anterior, pero usando elementos que también pertenecen a la cultura de origen y que son más conocidos para el lector de la lengua meta.
- Equivalente acuñado: utilizar la traducción establecida del referente cultural original (por su inclusión en diccionarios o su uso) en la lengua meta.
- Generalización: usar términos más generales (normalmente a modo de hiperónimo). Opuesta a la técnica de particularización.
- Generalización intracultural: similar a la anterior, pero utilizando un elemento de la cultura original más conocido para el lector meta.
- Modulación: cambiar el punto de vista, de enfoque o de categoría de pensamiento relacionado con la formulación de referente cultural original, que puede ser léxico y estructural.
- Particularización: usar términos más concretos o precisos que el referente original. Opuesta a la técnica de generalización.
- Particularización intracultural: similar a la anterior, pero usando un elemento de la cultura de origen que le resulte más familiar al lector de la lengua meta.
- Préstamo: usar una palabra o expresión del léxico común de la lengua de partida. Puede tratarse de un préstamo puro (transcrito de forma literal y en cursiva) o naturalizado (adaptado a la grafía de la lengua meta y que aparece en los diccionarios).
- Reducción: suprimir un referente, o parte de la información que aparece en el texto original, en el texto meta. Opuesta a la técnica de amplificación.
- Traducción literal: traducir una expresión u oración palabra por palabra.
- Transliteración: transcribir nombres propios (topónimos, antropónimos o títulos) de la lengua de partida al alfabeto de la lengua meta.
- Transposición: cambiar la categoría gramatical de un referente.
- Variación: modificar los elementos lingüísticos que afecten a aspectos de la variación lingüística (cambios en el estilo, dialecto, tono, nivel de formalidad, etcétera).

Los ejemplos que prosiguen están divididos según sus obras correspondientes y clasificados por técnica de traducción aplicada en orden alfabético. Dentro de estas categorías, el orden se rige por el número de página del que hayan sido extraídos.

3.2.1. ¡Yotsuba!

Traducción de María Ferrer para Norma Editorial, 3ª edición (2011).

Amplificación:

Koiwai: ラーメン食ってこう / *rāmen kuttekō* / ¿Vamos a comer ramen?

[...]

Yotsuba: ながいぞー うまいよー / *nagai zo~ , umai yo~* / Son fideos largos... Son fideos ricos...

(P. 160 – 161) El padre de Yotsuba propone ir a comer ramen cuando pasan por delante de un restaurante. A pesar de que la técnica de amplificación normalmente se hace en la misma frase y se aporta la explicación junto al término, no es realmente necesario hacerlo de tal manera y la traductora procede a dejar el término intacto cuando aparece para después, unas viñetas más tarde, Yotsuba aporte esa amplificación cuando juega y canta mientras come, explicando que se trata de fideos. De esta manera el diálogo queda mucho más natural, y además la explicación no es tan necesaria como podría ser en otros casos ya que el ramen es una de las comidas japonesas más conocidas fuera de Japón. La traductora podría saber que no es imprescindible amplificar, pero lo hace igualmente para disipar cualquier duda que pueda tener el lector. Si esta amplificación no existiese hablaríamos un de un préstamo, ya que la palabra está tomada de forma literal del texto original japonés.

Compensación:

Jambo: しかしこんな美少女と友達になるとはえらいぞ！ / *shikashi kon'na bishōjo to tomodachi ni naru to erai zo!* / Qué bien que seas amiga de una bella muchachita. ¡Muy bien!

[...]

Yotsuba: ビミョーニヨってなんで？ / *bimyōnyo nande?* / ¿Qué es “ven ya mucha”?

(P. 132) Yotsuba entiende mal lo que dice Jambo, el amigo de su padre (cuyo nombre se modifica en la traducción al castellano para colocar una ‘m’ antes de ‘b’ a pesar de que en el japonés se utilice una ‘n’, para encajar con las normas gramaticales del español y no resultarle

extraño al lector). El término que utiliza Jambo significa “mujer guapa o bella”, y para traducirla y mantener el resultado de malentendido de la palabra se busca un equivalente que pueda dar lugar a una confusión si no se escucha bien. La traductora utiliza los sinónimos de “bella muchacha” y busca una contestación por parte de Yotsuba que suene similar para aplicar la técnica de compensación: “ven ya mucha”. La palabra japonesa que dice la niña podría entenderse como un derivado de 微妙に (*bimyō ni*) “sutilmente”, aunque no podemos afirmarlo con seguridad y lo más probable es que simplemente sea una pronunciación equivocada.

Yotsuba : そこにおっきーおみせがあるってとーちゃんがいった / *soko ni okkī omise ga arutte tōchan ga itta* / Mi papá me ha dicho que por ahí hay una tienda muy grande.

Yotsuba : あぱーと ! / *apāto!* / Un centro comarcal.

Fuuka : でぱーとね / *depāto ne* / Comercial.

(P. 145) Yotsuba vuelve a decir una palabra de forma incorrecta. Esta vez dice claramente una palabra también existente en el idioma japonés: “apartamento”, que suena muy parecida a デパート *depāto*, “centro comercial”. En español se ha realizado la compensación en la palabra “comercial” sustituyéndola por otra que también suena similar pero que cambia totalmente el significado con tan sólo una pequeña diferencia, “comarcal”. Me gustaría añadir que el uso del hiragana en esta palabra, que normalmente se escribiría en katakana (al ser un préstamo del inglés), puede tener como objetivo expresar que quien está hablando es un niño. El hiragana, con sus trazos redondeados, es visualmente más “infantil” y se intenta transmitir esa sensación al lector. Este aspecto desafortunadamente se pierde en la traducción al castellano; lo máximo que se puede hacer a la hora de jugar con el elemento visual en la escritura es cambiar la fuente del texto, que en otras ocasiones se ha realizado en *¡Yotsuba!* pero no esta vez (suele hacerse este cambio cuando hay más énfasis en un diálogo o palabra concretos, y por supuesto cuando el espacio lo permite).

Fuuka : お父さん何の仕事してるの? / *Otōsan nan 'no shigoto shiteru no?* / ¿En qué trabaja tu padre?

[...]

Yotsuba : こんにちは / *Kon'nyakuya* / ¡Hace atracciones!

(P. 210 – 212) En este ejemplo, Fuuka pregunta a Yotsuba a qué se dedica su padre. La respuesta de éste (omitida en el ejemplo) en japonés es directa: 翻訳家だよー / *hon'yakuka da yo* — (“Soy traductor.”). En la traducción al castellano mantiene esa respuesta, pero la amplía: “Soy traductor. Hago traducciones.”. Esta ampliación es la que da paso al malentendido: “¡Hace atracciones!”. La palabra que dice Yotsuba es un disparate pero podría traducirse, si lo hacemos de forma literal, como “tienda o lugar donde se vende konjac”, un tipo de planta nativa de Asia y presente en Japón.

Descripción:

Madre de Fuuka: 窓開けてるとセミの声も聞こえるし 風鈴も鳴るし……夏らしくていいのよ / *mado aketeru to semi no koe mo kikoeru shi , fūrin mo naru shi..... natsurashikute ii no yo* / A mí me gusta tener las ventanas abiertas y oír a las cigarras. Y el sonido de las campanitas de viento... ¡es muy veraniego!

(P. 175) Yotsuba está en casa de sus vecinas comiendo sandía. La madre de las niñas habla sobre otros elementos muy típicos del verano en Japón, como el canto de las cigarras o las campanitas de viento. La palabra 風鈴 (*fūrin*) en japonés significa literalmente “campana de viento”, por lo que podría argumentarse que este ejemplo se trata de una traducción sin más y no de una técnica de descripción y no sería necesariamente una afirmación incorrecta. Sin embargo, personalmente he optado por considerarlo una descripción dado el motivo de que el *fūrin* como tal es un elemento japonés (y en esta escena además se refuerza ese aspecto, siendo mencionado y mostrado junto con otros elementos característicos del verano japonés) y no posee un nombre especial en castellano, sino uno genérico como es el de “campanita de viento” sin más especificación, por lo que habría que explicar qué es. Dado que el *fūrin* es visible en la viñeta, esta descripción también sirve para explicar qué es ese objeto que se ve y puede no ser bien identificado por el lector. También he querido hacer uso de este ejemplo para mostrar en qué consiste esta técnica de traducción.

3.2.2. *Azumanga Daioh*

Traducción de María Ferrer para Norma Editorial (2004).

Adaptación:

Kaorin: 榎さんてクラブ入ってるの? / *Sakaki-san te kurabu haitteru no?* / Sakaki, ¿te has apuntado a alguna actividad?

(P. 10) Al empezar el curso en los institutos japoneses, los alumnos crean clubs relacionados con algún tema en el que pueden compartir sus gustos y aficiones con otros compañeros. Kaorin pregunta a Sakaki si ya se ha unido a alguno, y usa la palabra *クラブ* (*kurabu*), club. En España no existe esta costumbre, y lo más parecido que se hace en los institutos aquí son las actividades extraescolares. Por este motivo la traductora ha decidido adaptar el término y usar la palabra “actividad”, ya que “club” podría interpretarse de forma distinta a la original y no ser comprensible en este contexto.

Chiyo: あ 早口ことばがにがてです! バスガスばすはす バスがすばくはくがすばくはくはく / *a, hayakuchi kotoba ga nigate desu! Basu gasu basuhasu, basu gasu bakuhaku, gasu baku hakuhaku* / Tres tristes trigues... Tres tistes trigres... Testris gres tris...

(P. 16) A Chiyo le preguntan si hay algo en lo que no sea buena, y ella contesta que los trabalenguas se le dan mal. En japonés intenta recitar sin éxito *バスガス爆発* (*basu gasu bakuhatsu*), un conocido trabalenguas; traducirlo literalmente provocaría una total pérdida de significado en español. Por ello se ha adaptado y traducido como “tres tristes tigres” en castellano, conservando así su mensaje original.

Tomoe: メロンとか持ってきた方がよかったかな? / *meron toka motte kita hō ga yokatta ka na?* / Deberíamos haber traído bombones o algo, ¿no?

(P. 79) Las chicas van a visitar la casa de Chiyo, y de repente descubren que se trata de una gran mansión. En Japón es una costumbre llevar algún pequeño regalo cuando se visita a alguien por primera vez, normalmente comida (un regalo material que ocupe espacio podría causar inconvenientes o estorbar a la otra persona), pero las chicas no han traído nada y al ver la enorme casa se arrepienten, porque les da vergüenza ser invitadas a tan lujosa mansión sin dar algo a cambio. Dado que es verano, en japonés dicen que deberían haber traído *メロン* (*meron*), una sandía; pero este término se ha traducido como “bombones”, puesto que es un regalo típico que se da al hacer visitas y así es más fácil entender el contexto de la frase y

lo que Tomo quiere expresar. En este caso es una adaptación cultural por contexto más que lingüística, pues a pesar de existir una palabra para メロン se ha modificado para mejor comprensión del lector español.

Todas: じゃーんけーん / *jānkēn* / ¡¡Piedra papel o tijera!!

(P. 82) Las chicas tienen que repartirse entre los dos coches de sus dos profesoras, y ninguna quiere ir con Yukari porque la profesora Kurosawa les ha advertido de lo peligrosa que es al volante y tienen miedo. Para decidir quiénes van en su coche, juegan al じゃん拳 (*janken*), el “piedra, papel o tijera” japonés. Este término necesita ser adaptado a nuestra palabra para este juego para poder ser comprendido.

Compensación:

Todas: オーエス！ オーエス！ / *ōesu!* , *ōesu!* / ¡¡Tirar!! , ¡¡Tirar!!

Ayumu “Ōsaka”: オーエスってなんやろう？ / *ōesu tte nan yarou?* / ¿No es “tirad”?

(P. 120) Las chicas están participando en un evento deportivo y en este momento están compitiendo en el tira y afloja. Ōsaka escucha オーエス (*ōesu*) y no sabe qué significa, bien por ser de otro lugar o bien porque simplemente no sabe qué quiere decir esa palabra, y eso hace que se distraiga en mitad de la competición. Este grito en japonés proviene de la expresión tomada del francés *oh hisse* (según la definición aportada en el diccionario online *dictionary.goo.ne.jp*), y es una exclamación utilizada para dar ánimos o motivar durante un esfuerzo físico como el tira y afloja. En español no usamos este tipo de exclamación, y en esta situación diríamos “¡tirad!” para dar ánimo a los compañeros. La traductora ha necesitado compensar esta expresión y además darle un giro a la palabra para que Ōsaka tenga un motivo para distraerse, y lo hace traduciéndola de manera que sea gramaticalmente incorrecta y así confundir a la chica.

Tomo: きっ きっ / *ki-* , *ki-* / Jockey... , Jockey...

[...]

Tomo: …き きっ きーっ / *...ki* , *ki-* , *kiiii-* / Jockey... , Jockey... , Jockey.

Chiyo: こうです / *kō desu* / Así.

(P. 130) Chiyo, haciendo sus labores de delegada de la clase, pregunta al resto de alumnos qué ideas tienen para el festival de invierno y qué actividades quieren hacer. Alguien sugiere 喫茶店 (*kissaten*), “cafetería” y Tomo, que es la encargada de anotar en la pizarra las ideas que se proponen, no sabe escribir el primer kanji (喫, *ki*). Chiyo acaba ayudándole a escribirlo. En español no tenemos dificultades cuando se trata de escribir palabras, pues no usamos un sistema de escritura tan complejo como el kanji con caracteres que puedan ser desconocidos o confundidos. Por ello la traductora, para mantener el significado de “cafetería” pero al mismo tiempo hacerlo complicado de escribir, añade a la propuesta “con disc jockey”. Tomo debe apuntar “cafetería con disc jockey” pero esta última palabra es la que no sabe escribir.

Descripción:

Tomo: なにたのんだー？私カツどんー / *nani tanonda~? Watashi katsudon~* / ¿Qué habéis pedido? Yo escalope con arroz.

[...]

Tomo: あ！！カレーうどんだー！！ / *a!! karē udon da~!!* / ¡¡No!! ¡¡Son fideos al curry!!

(P. 47) Tomo pregunta a sus amigas qué han pedido en el comedor para almorzar. Ella dice que ha pedido カツどん (*katsudon*), y luego se escandaliza al ver que su compañera Koyomi ha pedido カレーうどん (*karē udon*) porque es muy fácil mancharse comiendo este plato. Si se conservasen los nombres de estas comidas en japonés, el lector español podría no saber qué son y no entendería la escena. La traductora realiza en este caso una descripción de cada plato para que sea sencillo de comprender y además sigue sonando natural.

Generalización:

Tomo: じゃあ、お弁当見せてよ！ 大阪人ならタコ焼きが入ってるはずよ！ / *jā, obentō misete yo! Ōsakajin nara takoyaki ga haitteru hazu yo!* / ¡A ver tu fiambarrera! ¡Tienes que tener comida típica de Ōsaka!

(P. 30) Ayumu acaba de llegar desde Ōsaka y es nueva en el instituto. Tomo conoce muchos estereotipos sobre la gente de Ōsaka y le pide a Ayumu que le enseñe su お弁当 (*obentō*) porque, debido a su origen, es seguro que habrá traído *takoyaki* para comer. El *takoyaki* es una comida típica de Ōsaka, pero quizás el lector desconozca esto. Como en el *yon-koma* el espacio para los bocadillos es muy reducido, la traductora no puede introducir una explicación sobre qué es el *takoyaki* ni por qué es típico de Ōsaka (por lo que decir “bolitas de pulpo” sin más tampoco funcionaría), y por este motivo usa una generalización y se refiere al *takoyaki* simplemente como “comida típica de Ōsaka”. También realiza otra generalización al referirse al *obentō* como “fiambrrera”, pues realmente no es una fiambrrera como la conocemos aquí sino un elemento concreto japonés.

Koyomi: おい 今なに入れた / *oi, ima nani ireta* / Eh, ¿qué has metido?

Tomo: 五円 / *go en* / Una moneda.

(P. 131) Se coloca en clase un buzón de sugerencias para decidir qué otras actividades para el festival de invierno sugieren los alumnos. Tomo introduce por la ranura una moneda, como si de una ofrenda en un templo se tratase, y cuando Koyomi le pregunta qué ha metido ella le contesta que ha sido una moneda de 5 yenes. Estas monedas son las que se utilizan en Japón para pedir deseos (en un templo, al tirarlas a una fuente, etcétera). En español no usamos una moneda de valor concreto para pedir deseos, así que no se entendería el porqué de darle ese valor concreto. Por este motivo la traductora generaliza a simplemente “una moneda”.

Alumna: あのー これは… / *anō kore wa...* / ¿Qué es esto?

Ayumu “Ōsaka”: それは通天閣です / *sore wa Tsūtenkaku desu* / Es una torre que hay en Ōsaka.

(P. 140) Ōsaka está vendiendo peluches fabricados por ella misma en el festival de invierno. Una compañera del instituto se acerca a preguntar qué es el extraño peluche que ha cogido, el cual se trata de 通天閣, la famosa torre Tsūtenkaku que se encuentra en Ōsaka. Un lector español probablemente no entendería esta referencia, por lo que la traductora ha decidido generalizar y dejarlo simplemente como “una torre” que hay en la ciudad de Ōsaka.

Reducción:

Kaorin: 榊さんてクラブ入ってるの? / *Sakaki-san te kurabu haitteru no?* / Sakaki, ¿te has apuntado a alguna actividad?

[...]

Kaorin: 私天文部なんだけどどう? 榊さんも / *watashi tenmonbu nan dake do dō?* / Yo quería empezar astronomía. ¿Te apuntas conmigo?

(P.10) Continuación del primer ejemplo usando sobre adaptación. Kaorin se refiere al club o actividad de astronomía. En japonés usa el sufijo 部 (*bu*), que podría traducirse como “club de-”, pero en español se ha omitido este fragmento de información ya que al traducirlo resulta en una frase mucho más larga (además se está usando la palabra “actividad” en lugar de “club”) y debido al limitado espacio esto no es posible. Sin embargo, omitiéndola el contexto se sigue entendiendo y el lector sabe a qué se está refiriendo Kaorin.

Traducción literal:

Ayumu “Ōsaka”: パンダも見たいけどもうひとつ見たいんが... / *panda mo mitai kedo mō hitotsu mitain ga...* / Yo además de un panda, quiero ver un...

[...]

Ayumu “Ōsaka”: ほらあのなんてったっけ そ...走馬灯 / *hora ano nantettakke , so... sōumatō* / Cómo se llama... , Eso, un caleidoscopio.

(P. 152) Las chicas planean ir al zoo juntas, concretamente porque quieren ver un panda. Ōsaka dice que quiere ver un 走馬灯, un caleidoscopio. En japonés, el segundo kanji (馬) es el de “caballo”; Ōsaka parece haberse confundido por este motivo y piensa que es algún tipo de animal. Desgraciadamente este chiste en español ha perdido todo el sentido al ser traducido de forma literal, y el golpe de gracia no se entiende. Quizás pueda ser gracioso para algún lector español por ser un disparate, pero esta gracia en la traducción se origina por un motivo diferente al original, pues ya no es un juego de palabras sino un mero sinsentido.

Variación:

Ayumu “Ōsaka”: 春日歩といます よろしくおねがい / *yoroshiku onegai* / Hola, soy Ayumu Kasuga. Encantada.

Fukari: だめだめ そんな気をつかって普通の言葉でしゃべらなくていいから！ / *dame dame , son'na ki wo tsukatte futsū no kotoba de shaberanakute ii kara!* / ¡No, no, no! No te cortes, puedes decir eso que decís en Ōsaka...

[...]

Ayumu “Ōsaka”: …よ よろっしゅーたのみまんがなー / *...yo yorossū tanomimanga nā* / A... a las muy buenas, nenas.

(P. 29) Ayumu acaba de llegar al instituto y se está presentando ante la clase. Todos están expectantes de escuchar cómo habla alguien de Ōsaka, incluida la profesora, que al ver que saluda de forma normal y corriente le dice que diga “eso que dicen en Ōsaka”. Ayumu le sigue el rollo y saluda de esa manera que todo el mundo espera oír. Desafortunadamente es una expresión muy compleja y no tiene posible traducción literal, razón por la que la traductora debe hacer uso de su propia imaginación. Sin embargo tiene un “requisito”, y es que debe sonar extraño. Al final del tomo la traductora explica, entre otras dificultades que ha encontrado en la traducción de este manga, el porqué del “A las muy buenas, nenas.” y no ha optado por un acento andaluz, por ejemplo. Esta variación, que en este caso va en un solo sentido (pues la traducción no ha resultado finalmente en una variación de estilo o dialecto, sólo es así su origen), se debe a que es muy obvio que este manga está ambientado en Japón (demostrado claramente por la cantidad de referencias a la cultura japonesa), y a pesar de que el acento andaluz sea un equivalente bastante acertado a la hora de querer expresar un dialecto como el de Ōsaka, es imposible que una chica japonesa hable de esa forma. Por ese motivo ha optado simplemente por un saludo peculiar y extraño. Por desgracia, el dialecto en el que habla Ayumu durante toda la obra se pierde en la traducción al español salvo en casos muy específicos en los que el chiste o la escena gire alrededor de su forma de hablar (como sucede en este).

Kurosawa: おはようございます、黒沢です / *ohayō gozaimasu, Kurosawa desu* / Buenos días, soy Minamo.

[...]

Fukari: おっす / *ossu* / ... nosdías.

(P. 41) Kurosawa va de visita a casa de Fukari. Al llamar al portero automático se presenta como Kurosawa en la versión original, pero en castellano se ha aplicado una variación de formalidad y se refiere a sí misma por Minamo, su nombre de pila. También se produce otra variación cuando Fukari, recién levantada y de mal humor, saluda diciendo おっす, un saludo muy coloquial, corto e incluso puede sonar “desganado”. En la traducción al español aparece como “nosdías”, derivado de “buenos días”. El contexto y el significado de este saludo es comprensible gracias a este cambio de estilo.

Fukari: あーもう！誰も飼わないの！？ あんたら勝手よ！どうするつもり！？
ハラたつー！ / *ā mō! dare mo kawanai no!? antara katte yo! dō suru tsumori!?* / ¡Basta!
¡No se lo lleva nadie?! ¡No seáis así, no os quedéis mirando! ¡Qué rabia me da!

Tomo: よしわかった！ゆかりちゃん！私にまかせろ！！ / *yoshi wakatta! Yukari-chan! watashi ni makasero!!* / ¡De acuerdo, chata! ¡Yo me encargaré de él!

(P. 55) La profesora Yukari ha encontrado un gatito abandonado en una caja y lo ha traído al final de clase, para intentar encontrar a alguien que se lo quiera quedar. Pregunta a las chicas pero ninguna puede adoptarlo, y se enfada. De repente Tomo se ofrece (aunque luego se trata de una broma) y se refiere a ella usando el sufijo *-chan*. Este sufijo se usa para referirse a niños pequeños o chicas jóvenes con las que se tiene confianza, jamás se utiliza con una mujer adulta y menos aún una profesora. Es una manera de hablar totalmente fuera de lugar en este contexto, pero a Tomo le da igual (o no se da cuenta de cómo habla) y esto resulta en una gran falta de respeto, aunque a Fukari no le importe demasiado. En español, ante la falta de honoríficos como éste, se debe expresar el exceso de confianza y la falta de respeto con la que ha hablado Tomo; la traductora elige para esto “chata” y así aplica la variación de estilo y formalidad al diálogo.

CONCLUSIONES

El manga, como hemos podido comprobar, se trata de un elemento clave de la cultura japonesa y lo ha sido durante siglos. Desde sus inicios ha evolucionado de forma constante, pero siempre ha estado presente en el arte japonés de una forma u otra. Este desarrollo no se ha detenido hasta el presente, y en la actualidad ya no sólo forma parte de la cultura japonesa sino también mundial, gracias a su exportación y localización fuera de Japón.

Con el transcurso de los años el proceso de traducción ha evolucionado y ha sido perfeccionado, a medida que se confirmaba la necesidad de conocer el contexto cultural y social que se encuentra detrás de la lingüística de cualquier idioma cuando se realiza una traducción (y con más importancia si se trata de una localización completa).

En el caso del manga, al traductor se le presentan una serie de dificultades ya no sólo lingüísticas, sino también otras específicas de este medio concreto. Las técnicas y los modos de procedimiento para superar estos obstáculos han evolucionado con el tiempo, pues también ha evolucionado el conocimiento colectivo de los lectores de la cultura meta.

Hemos podido confirmar que la tarea de la traducción es un proceso dinámico, pues son muchos los factores que influyen en ella. Existe la necesidad de adaptarse a estas circunstancias cambiantes para cumplir el propósito principal de la traducción, y éste es siempre el de hacer llegar al lector de la lengua meta el mensaje original de la forma más precisa que sea posible, al mismo tiempo que se adaptan los valores culturales específicos de ambas partes. Esto ha sido fácilmente comprobable en el caso del manga de comedia, pues el humor se trata de un aspecto cultural como cualquier otro y es muy variable entre diferentes culturas.

De una manera u otra, queda claramente manifiesta la complejidad del proceso de traducción. Pero también es obvia su importancia: es posible gracias a ésta la oportunidad de poner en contacto diferentes culturas y enriquecerlas, de intercambiar ideas y conocimientos, y de eliminar barreras entre civilizaciones; estos contactos son cruciales en el desarrollo de todas las culturas del mundo.

BIBLIOGRAFÍA

AIKAWA, Minwa (1814). *Manga hyakujo*. [Figura 4]. Recuperada de http://www.afc.ryukoku.ac.jp/kicho/cont_06/pages_06/0625S/0625.html

AOKI, Deb (2017). *History of Manga - Manga Goes to War*. Recuperado de <https://www.liveabout.com/manga-goes-to-war-2282751>

AZUMA, Kiyohiko (2000). *あずまんが大王 (Azumanga Daioh)*, tomo 1 (59ª edición). Tōkyō: Dengeki Comics.

- (2000) [Traducción de María Ferrer, 2004]. *Azumanga Daioh*, tomo 1. Barcelona: Norma Editorial.

AZUMA, Kiyohiko (2003). *よつばと! (Yotsuba to!)*, tomo 1 (2ª edición). Tōkyō: Dengeki Comics.

- (2003) [Traducción de María Ferrer, 2011]. *¡Yotsuba!*, tomo 1 (3ª edición). Barcelona: Norma Editorial.

BERNABÉ, Marc (2008). *Sobre el precio y la calidad de los manga en España*. Recuperado de <http://www.mangaland.es/2008/06/sobre-el-precio-y-la-calidad-de-los/>

BERNABÉ, Marc (2019). *Estadísticas manga 2018*. Recuperado de <http://www.mangaland.es/2019/01/estadisticas-manga-2018/>

BERNABÉ, Marc (2019). *Evolución del número de lanzamientos de manga en España según la editorial*. [Figura 16]. Recuperada de <http://www.mangaland.es/2019/01/estadisticas-manga-2018/>

BERNABÉ, Marc (2019). *Manga en España: cifras generales*. [Figura 14]. Recuperada de <http://www.mangaland.es/2019/01/estadisticas-manga-2018/>

BERNABÉ, Marc (2019). *Manga licenciado en España según la editorial*. [Figura 15]. Recuperada de <http://www.mangaland.es/2019/01/estadisticas-manga-2018/>

BERNABÉ, Marc. (2012) *El manga y la traducción*. Conferencia en la Universidad de Santiago de Chile. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=j-ZOv2cVA18>

BRENNER, Robin E. (2007). *Understanding Manga and Anime*. Connecticut: Libraries Unlimited.

Commuting. Recuperado de <https://www.japan-guide.com/topic/0011.html>

Comparativa de traducción de gitaigo en Azumanga Daioh. [Figura 19]. Elaboración propia a partir de imágenes recuperadas de *Azumanga Daioh* en su versión original (por Azuma Kiyohiko para la editorial Dengeki Comics) y su versión en castellano (traducida por María Ferrer para Norma Editorial).

Fragmento de JoJo's Bizarre Adventure. [Figuras 20, 21 y 22]. Recuperadas de la versión en castellano de *JoJo's Bizarre Adventure* (volumen 1, parte III): Ivrea.

GARCÍA Ruiz, Manuel (2018). *La II Guerra Mundial. Eclósion del cómic de propaganda*. Instituto Español de Estudios Estratégicos.

HURTADO, Amparo (2001). *Traducción y traductología: Introducción a la traductología*. Madrid: Cátedra.

IGLESIAS, Julio C. (2014). *Zona Manga – Historia del Manga (III): 1923-1931, las primeras estrellas del manga*. Recuperado de <https://www.zonanegativa.com/zona-manga-historia-del-manga-iii-1923-1931-las-primeras-estrellas-del-manga/>

INOSE, Hiroko (2009). *La traducción de onomatopeyas y mimesis japonesas al español y al inglés: los casos de la novela y el manga*. Departamento de Traducción e Interpretación, Universidad de Granada.

KATSUSHIKA, Hokusai (1831). *La gran ola sobre Kanazawa*. [Figura 5]. Recuperada de <http://bunka.nii.ac.jp/heritages/detail/246760/1>

KERN, Adam L. (2006). *Manga from the Floating World: Comicbook Culture and the Kibyoshi of Edo*. Harvard University Press.

KITAZAWA, Rakuten (1902). *Tagosaku to Mokubei no Tōkyō Kenbutsu*. [Figura 8]. Recuperada de <http://revistacultural.ecosdeasia.com/el-primer-mangaka-profesional-la-figura-olvidada-de-rakuten-kitazawa/>

KITAZAWA, Rakuten (S. XX). *Portadas de Tōkyō Puck y Rakuten Puck*. [Figura 7]. Recuperada de <http://revistacultural.ecosdeasia.com/el-primer-mangaka-profesional-la-figura-olvidada-de-rakuten-kitazawa/>

KUDO, Toni (2017). *Cómo se trabaja en una licencia*. Recuperado de <https://letrablankaeditorial.es/como-se-trabaja-en-una-licencia/>

KUDO, Toni (2017). *El precio de los mangas*. Recuperado de <https://letrablankaeditorial.es/el-precio-de-los-mangas/>

MADRID, Dani y MARTÍNEZ, Guillermo (2015). *El manga y la animación japonesa*. Barcelona: Editorial UOC.

MANGIRON, Carme (2006). *El tractament dels referents culturals a les traduccions de la novel·la de Botxan: la interacció entre els elements textuais i extratextuals*. Tesis doctoral presentada en la Universitat Autònoma de Barcelona.

MAYNARD, Senko K. (1997). *Japanese Communication: Language and Thought in Context*. Honolulu: University of Hawai'i Press.

McCARTHY, Helen (2014). *A Brief History of Manga*. Reino Unido: Ilex Press Limited.

Minutos que los japoneses pasan en el ofuro. [Figura 12]. Recuperada de <https://www.asahigroup-holdings.com/company/research/hapiken/maian/bn/200905/00286/>

Norakuro (2013). Recuperado de <http://cartoonresearch.com/index.php/norakuro/>

Norakuro-kun (1987). Serie animada de Studio Pierrot y dirigida por Anno Masami. [Figura 11]. Recuperada de <http://blog.livedoor.jp/televimanga/archives/51633087.html>

Nota en la última página de ¡Yotsuba!. [Figura 17]. Recuperada de la versión en castellano de *¡Yotsuba!* (volumen 1), 3ª edición: Norma Editorial.

PAINE, Robert T. & SOPER, Alexander (1955). *The Art and Architecture of Japan* (3ª edición). University of Yale Press.

PINEDA, Rafael A. (2017). *Japan's Manga Market Grows 0.4% in 2016, Digital Sees 27.5% Increase*. Recuperado de <https://www.animenewsnetwork.com/news/2017-03->

18/japan-manga-market-grows-0.4-percent-in-2016-digital-sees-27.5-percent-increase/.113129

PLOU Anadón, Carolina (2014). *El primer mangaka profesional: la figura olvidada de Rakuten Kitazawa*. Recuperado de <http://revistacultural.ecosdeasia.com/el-primer-mangaka-profesional-la-figura-olvidada-de-rakuten-kitazawa/>

Portada de Weekly Shōnen Jump. Editorial Shueisha. [Figura 13]. Recuperada de https://animanga.fandom.com/wiki/Weekly_Sh%C5%8Dnen_Jump

RUIZ, Silvia (2013). *Los referentes culturales y su tratamiento en la traducción del manga: Los casos de La espada del inmortal, GALS!, Vidas étlicas y Ranma ½*. Trabajo de investigación presentado en la Universitat Autònoma de Barcelona.

SCHODT, F. L. (1986). *Manga! Manga! The World of Japanese Comics*. Tōkyō: Kodansha.

SCHODT, F. L. (2007). *The Astro Boy Essays: Osamu Tezuka, Mighty Atom, and the Manga/Anime Revolution*. Berkeley, CA: Stone Bridge Press.

SŌJŌ, Toba (S. XII – XIII). *Chōju-jinbutsu-giga*. [Figuras 1 y 2]. Recuperadas de <http://dl.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/966949>

SŌJŌ, Toba (S. XII) *Shigisan-engi*. [Figura 3]. Recuperada de <http://dl.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/2574276>

TAGAWA, Suihō (1931). *Portada de Norakuro*. [Figura 9]. Recuperada de <https://www.zonanegativa.com/zona-manga-historia-del-manga-iii-1923-1931-las-primeras-estrellas-del-manga/>

TAGAWA, Suihō (1931). *Primera viñeta de Norakuro*. [Figura 10]. Recuperada de <https://www.zonanegativa.com/zona-manga-historia-del-manga-iii-1923-1931-las-primeras-estrellas-del-manga/>

Technology, Business, and Culture Meet (2008). Recuperado de <https://web.archive.org/web/20110101205931/http://www.lisa.org/What-Is-Globalization.48.0.html>

THORN, M. (2001). *Shōjo Manga — Something for the Girls*. The Japan Quarterly.

TOKU, Masami (2015). *International Perspectives on Shōjo and Shōjo Manga: The Influence of Girl Culture* (1ª edición). Nueva York: Routledge

Última página de JoJo's Bizarre Adventure. [Figura 18]. Recuperada de la versión en castellano de *JoJo's Bizarre Adventure* (volumen 1, parte III): Ivrea.

UNO, K. S. (1993). *The death of 'Good Wife, Wise Mother'*. Berkeley, CA: University of California Press.

Viñeta de ¡Yotsuba!. [Figura 23]. Recuperada de la versión en castellano de *¡Yotsuba!* (volumen 1), 3ª edición: Norma Editorial.

What is Globalization? (2008). Recuperado de <https://web.archive.org/web/20110102074246/http://www.lisa.org/Localization.61.0.html>

WIRGMAN, Charles (1867). *Portada de Japan Punch*. [Figura 6]. Recuperada de *A Brief History of Manga*, de Helen McCarthy (2014).

オー - エス 【(フランス)oh hisse】の意味 (“Significado de *ōesu* (francés) oh hisse”). Recuperado de <https://dictionary.goo.ne.jp/jn/28291/meaning/m0u/>

まん - が [- グワ] 【漫画】の意味 (“Significado de *manga*”). Recuperado de <https://dictionary.goo.ne.jp/jn/210318/meaning/m0u/>

今号のジャンプ情報 (“Noticias sobre el último número de *Jump*”) (2019). Recuperado de <https://www.shonenjump.com/j/weeklyshonenjump/>

月刊コロコロコミック 6月号発売!! (“¡¡Salida a la venta de la publicación mensual de *CoroCoro* de junio!!”) (2019). Recuperado de <https://corocoro.jp/50676/>

花とゆめ 13号大好評発売中!! (“¡¡Ya a la venta el popular número 13 de *Hana to Yume*!!”) (2019). Recuperado el 07/06/2019 de <https://www.hanayume.com/now/>