

TRES MOMENTOS DE LA CIRCULACIÓN DEL ANIMÉ Y EL MANGA EN LA ARGENTINA

Germán Martínez Alonso

Universidad de Buenos Aires (Argentina)

Resumen

El propósito de este artículo es describir algunas transformaciones en las modalidades de emisión y de lectura del animé y el manga en la Argentina, a partir de un enfoque sociosemiótico. Con este fin, identificamos tres períodos históricos que dan cuenta de diferentes modos de circulación de estos textos: un primer momento, que abarca aproximadamente las décadas del setenta y del ochenta, y que describe la llegada del animé y el manga a América Latina; una segunda etapa, situada a lo largo de la década del noventa, durante el auge de los canales infantiles de cable; y, finalmente, un tercer período, aún operando, que va desde principios de la década de dos mil en adelante, en el que se puede percibir una complejización de los modos de emisión y de lectura de los objetos discursivos indicados.

Palabras clave: animé, manga, televisión.

Susan J. Napier cuenta que, en 1993, en plena guerra de Bosnia, el crítico japonés Toshiya Ueno visitó la ciudad de Sarajevo. En su recorrida por la ciudad bombardeada, Ueno terminó topándose con un llamativo mural, compuesto por tres paneles: en el primer cuadro había una caricatura de Mao Tse-Tung con las orejas del ratón Mickey; el segundo tenía un lema del Ejército Zapatista de Liberación Nacional; el tercero —que fue el que dejó “sin palabras” a Ueno— contenía una recreación de una escena postapocalíptica de la película *Akira*, de Katsuhiro Ōtomo (Napier, 2003). Esta secuencia de imágenes da cuenta de la multiplicidad de sentidos implicados en el mundo de la animación japonesa, pero no solo en lo que refiere a sus características intrínsecas, ni tampoco a su rol dentro de su cultura originaria, sino a los diversos sentidos que puede construir en el marco de una creciente complejización de las relaciones entre las diferentes sociedades globalizadas. Por esto, cuando nos preguntan por qué consideramos que es importante analizar la circulación del animé y el manga fuera de su lugar de producción, esta anécdota nos parece rica para ejemplificar nuestra visión.

La animación japonesa ha despertado suficiente interés en Occidente como para generar una vasta producción académica sobre sus especificidades, especialmente las temáticas. Napier caracteriza al animé como un fenómeno cultural, tanto en Japón como en Occidente, y subraya que “the ‘culture’ to which anime belongs is at present a ‘popular’ or ‘mass’ culture in Japan, and in America it exists as a ‘sub’ culture” (1) (Napier, 2003: 4), caracterización que vale también para su contraparte gráfica, el manga (2). La autora desarrolla un análisis centrado en los Estados Unidos; no obstante, creemos que un enfoque similar puede plantearse en lo que respecta a los modos de emisión y de lectura de este tipo de textos en América Latina (3).

Una cuestión elemental requiere ser atendida desde el inicio: cuando hablamos de animé y

manga, ¿nos referimos a géneros o a lenguajes? La pregunta, así planteada, es engañosa, y en su respuesta se evidencia la importancia de pensar las especificidades de las que hablábamos. En principio, coincidimos con Vanina Papalini (2006), que identifica al concepto “manga” con las historietas narrativas japonesas, y a la noción “animé” con las animaciones niponas. Estas definiciones nos llevan a inclinarnos, inicialmente, por clasificar a ambos como lenguajes, al menos si retomamos a Christian Metz (1974), para quien un lenguaje se caracteriza por ser un conjunto de materialidades reconocido socialmente, definido por la presencia y la ausencia de ciertos rasgos sensoriales. Siguiendo el planteo metziano, tanto el animé como el manga podrían ser definidos como lenguajes, y cada uno de ellos mantendría fuertes similitudes con sus “pares” occidentales: en un acercamiento inicial, el animé no se diferenciaría de la animación “tradicional”, en tanto ambas consisten en combinaciones de diferentes materias de la expresión, imágenes animadas —ya sean elaboradas a mano o digitalmente—, múltiples y móviles, con leyendas gráficas y diferentes tipos de sonido; por su parte, el manga —al igual que el cómic— podría ser caracterizado como un conjunto de imágenes múltiples e inmóviles hechas a mano, con leyendas gráficas. En este sentido, ambas nociones orientales entran en esta clasificación, que piensa a los lenguajes como la combinación de rasgos específicos de la sensorialidad socializada (Metz, 1974).

No obstante, esa dimensión social de la sensorialidad devela la necesidad de introducir otro enfoque para poder pensar las especificidades de la circulación de animé y de manga en occidente. Oscar Steimberg (1996) esclarece el panorama al señalar que dentro de todo lenguaje o soporte mediático es posible diferenciar clases de textos u objetos culturales “que presentan diferencias sistemáticas entre sí y que en su recurrencia histórica instituyen condiciones de previsibilidad en distintas áreas de desempeño semiótico e intercambio social” (Steimberg, 1996: 45). En este sentido, si consideramos el mercado japonés, es fácil identificar una multiplicidad de géneros y subgéneros dentro del animé y el manga, teniendo en cuenta los públicos hacia los que apuntan los textos, y las temáticas tratadas. Tan solo algunos ejemplos son: *shonen* y *shojo*, dirigidos a públicos juveniles, predominantemente masculinos, en el primer caso, y femeninos, en el segundo; *seinen*, para jóvenes adultos; *mecha*, caracterizados por la presencia de robots y tecnología futurística; *hentai*, con contenido erótico, para públicos adultos; *yaoi* y *yuri*, historias sobre romances entre hombres y entre mujeres, respectivamente, etc. (Cobos, 2010). Sin embargo, la inserción de estos textos en el mercado latinoamericano — y específicamente, a los fines de nuestro análisis, el argentino— sugiere un proceso de consolidación metadiscursiva diferente. Nuestra hipótesis es que, tal como desarrollaremos más adelante, la masificación del animé y el manga en la Argentina implicó la eventual clasificación de estos como géneros en sí mismos, para ser diferenciados de textos dirigidos a públicos infantiles.

Esto nos lleva a sostener que las particularidades de la circulación del animé y el manga en la Argentina merecen ser analizadas con atención. En función de esto, identificamos tres períodos históricos que dan cuenta de modalidades de emisión y de lectura diferenciados: un primer momento, que abarca aproximadamente las décadas del setenta y del ochenta, y que describe

la llegada del animé y el manga a América Latina; una segunda etapa, a lo largo de la década del noventa, durante el auge de los canales infantiles de cable; y, finalmente, un tercer período, aún operando, que va desde principios de la década de dos mil en adelante, en el que se percibe una complejización de los modos de circulación de los objetos discursivos indicados.

Primer momento: la occidentalización

Roman Jakobson (1981) plantea tres tipos de traducciones: la intralingüística, una reinterpretación de signos mediante otros de la misma lengua; la interlingüística, entre lenguas diferentes; y la intersemiótica, a través de diferentes sistemas semióticos, en el sentido en el que Oscar Steimberg (1993) concibe a las transposiciones. Muchos animé implican traducciones intersemióticas, en tanto una cantidad significativa de ellos son adaptaciones televisivas de manga. Pero si además se tiene en cuenta que la vasta mayoría de animé emitidos en América Latina —tanto en televisión de aire como por cable— han sido doblados al español latino, las modalidades de emisión de las series de animación japonesa en la Argentina también implican traducciones interlingüísticas. Creemos que, desde la etapa inicial de su inserción en Latinoamérica, los animé se vieron sustancialmente modificados, primordialmente en aspectos lingüísticos, con el fin de que pudiesen adaptarse a ciertos horizontes de expectativas propios de los espectadores occidentales.

Un primer acercamiento al desembarco del animé y el manga en la Argentina nos lleva a considerar la totalidad de la etapa previa al desarrollo del sistema de televisión por cable. A lo largo de las dos décadas comprendidas en este período, encontramos que las modalidades de emisión del animé se limitaron a la comercialización de determinadas series televisivas, cuya emisión se realizó “a la par de los dibujos animados producidos en los Estados Unidos y bajo la etiqueta de caricatura para niños” (Cobos, 2010: 13). A grandes rasgos, es posible ubicar la llegada del animé a América Latina a mediados de la década del setenta, con la transmisión en televisión abierta de determinadas series en países como la Argentina, Chile, México y Perú (Cobos, 2010: 12). Una de las primeras fue *Heidi (Arupusu no Shōjo Hajji; Heidi, la niña de los Alpes)* (4), dirigida por Hayao Miyazaki. Esta serie, estrenada en Japón en 1974, fue comercializada en Latinoamérica cuatro años después por la empresa mexicana Grabaciones y Doblajes, SA, que trabajó sobre la base de un doblaje previo, hecho para su distribución en España. Asimismo, los doblajes de otras series icónicas de la época como *Astroboy (Tetsuwan atomu; Atom, el brazo poderoso)* o *Meteoro (Mahha Gō Gō Gō, Mach Go Go Go)* se realizaron a partir de las versiones adaptadas para su emisión en los Estados Unidos.

Esto implica que la venida del animé al continente latinoamericano se haya visto marcada, desde un principio, por diversas modificaciones en muchos rasgos enunciativos que remitían a la sociedad de origen de estos textos. Esto es particularmente notable en lo que respecta a los nombres de los personajes —y, por extensión, a los títulos homónimos de algunas series—, que se vieron “occidentalizados”. Este proceso de “occidentalización” de esos primeros programas comercializados en América Latina implicaba, muchas veces, una revisión de modificaciones hechas por doblajes previos (por ejemplo, el protagonista de la original *Mahha*

Gō Gō Gō, llamado Gō Mifune, llegó aquí renombrado como Meteoro Racer y no como Speed Racer); sin embargo, a medida que la comercialización del animé fue creciendo, la dependencia en estos doblajes previos —vértice de una suerte de “mátriz triangular”— también fue incrementando.

En efecto, en la década del ochenta, la oferta televisiva se amplió con la llegada de programas como *Kimba, el León Blanco* (*Janguru Taitei*, Emperador de la selva) o *Mazinger Z* (*Majingā Zetto*), cuyas versiones locales también se basaron en las adaptaciones norteamericanas. Paradigmático resulta el caso de *Robotech*, una de las series de mayor éxito durante ese decenio, y que, en realidad, se trata de la unificación —llevada a cabo por la compañía estadounidense Harmony Gold— de tres series japonesas no relacionadas (5). Estas sufrieron modificaciones sustanciales, que van desde el hecho de que se renombrara a todos los personajes para que tuviesen exclusivamente nombres norteamericanos (mientras que, originalmente, había personajes de múltiples nacionalidades) hasta alteraciones significativas en el guión para que las tres historias parecieran compartir un único hilo argumental. *Robotech* llegó a la Argentina en 1986 y, al año siguiente, se estrenó en cines *Robotech: la película* (*Robotech: The Movie*), film creado con el mismo criterio que la serie, a partir de la articulación de diferentes fragmentos de distintas películas, y cuya trama apenas guardaba relación con la de la serie de televisión.

En este contexto, comenzó a comercializarse cierto *merchandising* de estas series —especialmente muñecos— y, al mismo tiempo, en los ámbitos urbanos, se empezó a gestar un circuito *under* centrado en la circulación de material no oficial, particularmente orientado a la venta o alquiler de videos con las versiones originales de los programas. Este circuito fue articulándose paulatinamente con un creciente movimiento de comiquerías, a partir del cual fue posible comenzar a adquirir algunos tomos de manga (originales, en japonés, o traducidos en España). Consideramos que el despliegue conjunto de estos actores derivaría, eventualmente, en una sinergia cuyos efectos se cristalizarían en el transcurso de la década del noventa. En dicho período, a partir del desarrollo del sistema de televisión por cable, las modalidades de emisión de series de animación japonesa en la Argentina fueron modificándose progresivamente, en una dialéctica con modalidades de lectura más heterogéneas que las de la primera etapa analizada.

Segundo momento: la masificación

En 1990, en los albores del crecimiento del sistema de televisión por cable en la Argentina, inició sus transmisiones el canal *The Big Channel*, operado por la productora de contenidos Pramer, en asociación con la importadora de juguetes Cartan. Esta señal se caracterizó por ser uno de los primeros canales de cable para niños del país, con una programación destinada al público infantil durante las 24 horas del día. Cinco años después, se le sumó Magic Kids, también propiedad de Pramer, con una propuesta similar, pero con el agregado de contar con diversas producciones propias y un amplio *merchandising* que abarcaba desde juguetes hasta revistas. Si bien algunas series de animación japonesa se emitieron por televisión abierta en

ese lustro (6), consideramos que la aparición de estos canales infantiles de cable — fundamentalmente, Magic Kids (7)— dio el puntapié inicial para la masificación del animé en la Argentina. En efecto, con la aparición de Magic Kids, los animé comenzaron a ocupar un lugar central en las programaciones de ambos canales infantiles, que les destinaban múltiples espacios en sus grillas, con repeticiones a la madrugada, la mañana, la tarde y la noche. Una de las primeras series emitidas por la señal fue *Los Caballeros del Zodíaco* (*Seinto Seiya*, *Santo Seiya*), estrenada en abril de 1995 y, al año siguiente, se le sumaron *Sailor Moon* (*Bishōjo Senshi Sērā Mūn*, *Hermosa Guerrera Sailor Moon*) y *Dragon Ball* (*Doragon Bōru*).

La última serie nombrada amerita una mención especial: una primera versión de *Dragon Ball* había sido emitida en 1994 por ATC, el canal estatal, bajo el nombre de *Zero y el Dragón*. Se trató de solo los primeros once capítulos de la serie, de los cuales cinco estaban doblados de una adaptación piloto realizada en los Estados Unidos —incluso la canción de presentación estaba en inglés—, mientras que los restantes fueron traducidos del japonés en México. El carácter fragmentado de esta primera incursión de *Dragon Ball* en la televisión argentina queda en evidencia en una reconstrucción elaborada por Leandro Oberto, director de Lazer, revista dedicada a la animación y a historietas, quien cuenta:

Para ese entonces el organismo regulador/censor de la radiodifusión creado durante la época de la dictadura, el COMFER (8) —el cual según señalan muchos era un nido de corrupción— había anunciado planes para limitar los horarios de emisión de varias series y dibujos animados (...). Afortunadamente la idea no solo no progresó, sino que gracias al esfuerzo de varios grupos de fanáticos que hicieron oír su disgusto logrando notas en diarios y radio (de hecho quien escribe esto fue uno de los impulsores) y enemigos políticos del organismo, el tema se convirtió en un escándalo que el ministro de Economía, Domingo Cavallo, aprovecharía más adelante para eliminar a los dirigentes del organismo y fusionar sus restos con otro para reducir el gasto público. No obstante, como *Dragon Ball* dejó de emitirse debido a su fracaso comercial (...) muchos fanáticos lo atribuyeron a una censura estatal. La teoría fue reforzada por patéticos pequeños artículos aparecidos en diarios y revistas donde comentaban que la serie había sido prohibida en Japón, dato totalmente falso (...). Lo cierto es que la primera incursión de *Dragon Ball* hizo mucho ruido pero no llegó a captar espectadores (Oberto, 1997, julio).

En 1996, la empresa mexicana Intertrak realizó un nuevo doblaje de *Dragon Ball* y, posteriormente también adaptó a su continuación directa, *Dragon Ball Z* (*Doragon Bōru Zetto*). Ambas series fueron emitidas por Magic Kids con una importante repercusión que las convirtió en un éxito de audiencia entre los públicos infantiles, al igual que los otros animé mencionados, y que derivó en una ampliación de sus circuitos de comercialización. Así, en julio de ese año se estrenó en los cines argentinos uno de los cuatro filmes de *Los Caballeros del Zodíaco*, mientras que las demás fueron editadas en video por la editorial Vértice. También llegaron a la pantalla grande local tres películas de *Dragon Ball Z*, y comenzaron a editarse ediciones en video de películas y especiales de la serie. Los animé empezaron a ocupar lugares centrales en diferentes revistas para públicos infantiles y juveniles, al tiempo que Magic Kids fue sumando otras series a su pantalla, como *Guerreras Mágicas* (*Majikku Naito Reiasu*, *Caballero Mágico Rayearth*) y *Ranma ½* (*Ranma ni bun no ichi*), y hasta llegó a poner al aire un programa denominado *Club del animé*, un bloque de dos horas destinado a la emisión de material para

aficionados de las series de animación japonesa, desde capítulos de series inéditas en el país, hasta las secuencias originales de apertura y cierre de los capítulos (denominados *opening* y *ending*, respectivamente).

Creemos que la inserción de las series japonesas en grillas de programación destinadas a públicos infantiles, durante las 24 horas del día, generó que, paulatinamente, el animé comenzara a consolidarse metadiscursivamente como género diferenciado de los dibujos animados infantiles. Creemos importante mencionar aquí a la revista Lazer, cuya propuesta editorial partía del supuesto de que muchos productos emitidos por las señales para niños eran consumidos por audiencias mucho más heterogéneas. Retomando a Lotman (1996, 1998), quien introduce el concepto de *semiosfera* para referirse a espacios semióticos delimitados e irregulares que mantienen fronteras con otros espacios, podemos suponer que el animé y el manga provienen de una semiosfera particular y que llegan traducidos y alterados al *continuum* local. Teniendo en cuenta que es precisamente en las fronteras donde se producen las traducciones entre lo que está dentro de la semiosfera y lo que está por fuera de ella, las publicaciones de Lazer se esforzaban en establecer comparaciones entre las versiones originales y locales de estos textos, y en identificar las alteraciones sufridas en ese proceso de traducción. En este sentido, las coberturas de Lazer condenaban diversas operaciones de supresión registradas en las versiones locales de ciertos animé, que consistían en la eliminación de determinadas escenas con componentes considerados violentos o inapropiados para públicos infantiles (por ejemplo, la exposición de genitales), y que generalmente corrían por cuenta del canal televisivo emisor (Martínez Alonso, 2012).

Lazer acompañó el crecimiento de su editorial, Ivrea, que pasó a convertirse en la primera comercializadora de manga en la Argentina. Así, en marzo de 1999, la empresa desembarcó en este mercado con la adaptación al castellano de *Ranma ½* —cuya versión televisiva era una de las más modificadas en su emisión por Magic Kids, ya que contaba con muchas escenas de desnudos—, título al cual le sucedieron muchos otros. Algunas de las publicaciones eran relativamente reconocibles porque sus adaptaciones televisivas se emitían en televisión, como *Rurouni Kenshin* (Vagabundo Samurai Kenshin), cuya contraparte en versión animé salía al aire por *Magic Kids* con el nombre *Samurai X*. Otras, por el contrario, como *I"s*, *.hack* o *Clover*, eran menos conocidas, pero al igual que el resto de los títulos, eran traducidos por un equipo de traductores argentinos, sobre la base de su versión japonesa original, y adaptados a un español rioplatense, algo novedoso si consideramos las características de las versiones traducidas de los animé, así como también las de los pocos manga que podían conseguirse en algunas comiquerías. Más aún, la mayoría de los títulos de Ivrea empezaron a comercializarse en kioscos de revistas, librerías y disquerías, con lo cual la circulación del manga adquirió un carácter inédito en la Argentina.

Al mismo tiempo, Locomotion, canal de animación para jóvenes y adultos que había iniciado sus transmisiones a fines de 1996, comenzó a emitir varias series de animación japonesa en la finalización de la década, entre ellas, *Neon Genesis Evangelion* (*Shin Seiki Evangelion*, Nuevo Génesis Evangelion), una serie de culto entre fanáticos del animé, que se había propagado en

el circuito *under* desde hacía varios años, y cuya contraparte en manga también fue editada por Ivrea. A esto se le suma, entrando en la década siguiente, el auge de eventos para aficionados de historietas y series de animación, llevados a cabo por las comiquerías y las editoriales, entre los cuales comenzaron a destacarse algunos destinados principalmente a fanáticos del animé y el manga, como *Animate* (De Luca, 2012). Este panorama da cuenta de una década en la cual los modos de circulación del animé y el manga sufrieron muchas transformaciones, a medida que fueron adquiriendo una cierta consolidación metadiscursiva.

Tercer momento: la multiplicación

José Luis Fernández (2009) considera que Internet amplía las posibilidades de los usuarios de seleccionar los contenidos que consumen, lo cual permite una individualización del consumo a partir de un modelo de red, que vendría a reemplazar a los modos de emisión tradicionales, basados en el *broadcasting*. La comparación establecida por el autor, que le permite poner en relieve diferentes procedimientos de escucha en radio, puede extenderse a los medios audiovisuales, dado que la expansión de Internet ha generado cambios en los modos de emisión y de lectura de múltiples textos cuyo acceso, anteriormente, estaba restringido al consumo por televisión o video. El animé y el manga no se ven exentos de estas particularidades: a lo largo de la década del 2000 se multiplicaron los canales en la web a través de los cuales puede accederse a las series de animación japonesa y sus contrapartes gráficas, en gran parte debido a los espacios disponibles en el metamedio para que millones de usuarios puedan compartir materiales en red.

En este panorama adquieren una notable relevancia los *fansubs*, equipos colaborativos de aficionados que traducen y subtitulan series de manera no oficial, y que hasta el desarrollo de Internet veían limitada su circulación a los circuitos *under* de video. En la actualidad, es posible encontrar múltiples equipos colaborativos de *fansub*, de diferentes lugares del mundo — muchas veces, incluso, un mismo equipo cuenta con gente de diferentes localidades— que traducen, día a día, miles de series, y las comparten en foros, sitios web y espacios destinados a su difusión. Esto permite que miles de consumidores de animé puedan ver series, en su idioma original, con solo algunas horas de diferencia, con su emisión original en Japón. Lo mismo se aplica al manga, cuya adaptación a diferentes idiomas queda a cargo de grupos de *scanlation* —conjunción entre *scan* (escanear) y *translation* (traducción)— que, bajo el lema de “por fans, para fans”, dedican sus esfuerzos para que los productos japoneses circulen entre sus aficionados locales con la mayor rapidez posible.

Sería prematuro afirmar que el desarrollo de estos nuevos modos de circulación del animé y del manga hayan puesto en jaque a los canales oficiales de difusión. De hecho, a lo largo de la última década, los manga comercializados por Ivrea han crecido exponencialmente, con la adquisición de títulos icónicos como *Saint Seiya* y *Dragon Ball*, a los cuales se suman otros que, al día de hoy, todavía se publican en Japón sin un final en puertas, como es el caso de *Bleach* o *D.Gray-Man*. Además, el mercado del manga en la Argentina se ha ampliado con la aparición de la editorial Larp, que comercializa otros títulos de notable éxito mundial y cuyas

publicaciones continúan en Japón, como *One Piece* o *Naruto*. Si bien la mayoría de los manga son publicados en nuestro país con un retraso significativo respecto a sus originales en Japón (por ejemplo, el último volumen de *Bleach* publicado en la Argentina, en 2012, ha sido el número 20, mientras que en Japón acaba de lanzarse al mercado el 57), el mercado crece, lo cual permite suponer que aún hay una demanda significativa de estos productos en el circuito comercial local. De hecho, nos animamos a hipotetizar que los nuevos modos de circulación no oficiales en red podrían haber generado cierta potencia sinérgica, con lo cual la adquisición de los productos oficiales no se limitaría al consumo de lectores que siguen la historia únicamente en papel, sino que lo hacen por diferentes medios.

En lo que respecta al animé, su difusión por televisión se ha expandido a otras señales que surgieron a lo largo de la década, que pasaron a ocupar el lugar de los hoy desaparecidos Magic Kids y Locomotion. Este último fue reemplazado en 2005 por Animax, un canal que originalmente fue dedicado exclusivamente a la animación japonesa, hasta que comenzó a incorporar películas norteamericanas, reality shows y otro tipo de programas. La programación de esta señal, hoy reemplazada por Sony Spin, no hace más que confirmar una cierta consolidación del animé como género en la Argentina y Latinoamérica, como también lo hace el hecho de que el canal Cartoon Network dedicara un bloque nocturno de su programación, denominado *Toonami* —juego de palabras entre *cartoon* (caricatura) y *tsunami* (palabra japonesa que hace alusión a las gigantescas olas generadas en maremotos)—, en el cual se emitieron diferentes series japonesas. Sin embargo, creemos que, paulatinamente, la presencia del animé en la pantalla chica ha ido menguando, al tiempo que se multiplican los sitios web y páginas *online* en los cuales es posible descargar o visualizar series japonesas. Esto nos lleva a retomar la distinción marcada por Fernández, entre *broadcasting* y *networking*, que parecería concretarse en los modos de emisión y de lectura del animé.

A modo de cierre

Los tres momentos que diferenciamos para describir, de manera sucinta, las transformaciones en los modos de circulación de animé y de manga en la Argentina dan cuenta de tres períodos históricos en los cuales se evidencia una creciente complejización de los modos de emisión y, hipotetizamos, de lectura de estos textos. La decisión de considerar no solo sus condiciones de producción, sino también sus condiciones de reconocimiento se sustenta en el hecho de que la circulación de los discursos solo puede visualizarse en tanto análisis de las huellas detectadas en ambos conjuntos (Verón, 1987). Así, las tres etapas dan cuenta de diferentes operaciones de asignación de sentido al animé y al manga, entre las cuales consideramos que las correspondientes al tercer momento son las que mayores complejidades presentan. Desde ya, esto no implica dejar de lado la necesidad de efectuar un análisis de los textos que son “reconocidos” o “leídos” por los manga y los animé, sino poder articular dicho análisis con uno complementario, en el cual se haga hincapié en las particularidades dadas en la transposición de un lugar de producción a un lugar de reconocimiento.

En este sentido, creemos que es necesario llevar a cabo una profundización de las

especificidades de la circulación de estos textos en el escenario local, poniendo énfasis, en términos de Lotman, en las relaciones entre centro y periferia, así como también en los filtros y los mecanismos de traducción entre los diferentes subsistemas en juego. Por esto proponemos estos tres momentos, porque creemos que la diferenciación entre dichos períodos puede resultar útil, en términos analíticos, para visualizar las variaciones sustanciales entre las distintas operaciones de sentido asignadas al animé y al manga en la Argentina y en Latinoamérica.

Notas

- (1) La traducción es nuestra: “la 'cultura' a la cual pertenece el animé es, actualmente, una cultura 'popular' o 'masiva' en Japón, y en Estados Unidos existe como una 'sub' cultura”.
- (2) Aunque, tal como Napier aclara, el manga tiene una influencia muchísimo más amplia que el animé en Japón, y que las historietas occidentales en sus respectivas culturas.
- (3) Destacamos la labor de Vanina Papalini (2006), que realiza una primera problematización de estas cuestiones, y el aporte de Tania L. Cobos (2010), que describe el desembarco del animé y el manga en América Latina y hace un repaso de los principales títulos comercializados.
- (4) Para referirnos a los diferentes animé y manga, utilizaremos, en primer lugar, el título con el cual fue comercializado en la Argentina, y entre paréntesis, si es necesario, el título original en japonés, más una traducción aproximada, en el caso de que difiera del nombre occidental.
- (5) Se trata de las series *The Super Dimension Fortress Macross* (*Chōjīkū Yōsai Makurosu*, Super Fortaleza Espaciotemporal Macross), *Super Dimension Cavalry Southern Cross* (*Chōjīkū Kidan Sazan Kurosu*, Caballería Superdimensional Southern Cross) y *Genesis Climber MOSPEADA* (*Kikō Sōseiki Mosupīda*, Genesis Armado MOSPEADA).
- (6) Tal es el caso de *Los Campeones* (*Kyaputen Tsubasa*, Capitán Tsubasa), serie cuyos 128 episodios fueron emitidos por Telefé y varios canales regionales. Al igual que la mayoría de las series emitidas hasta ese momento, no se trataba de un doblaje directo del japonés al castellano, sino que este estaba hecho sobre una adaptación italiana.
- (7) *The Big Channel* solo ocupó un lugar predominante en la grilla de cable durante la primera mitad de la década. El canal cesó sus transmisiones en enero de 1995, y un año más tarde volvió a las programaciones de algunas cableoperadoras, pero ocupó un lugar subordinado a *Magic Kids*, que lideraba la audiencia. Su cierre definitivo fue en 2001.
- (8) El Comité Federal de Radiodifusión era el organismo estatal encargado de aplicar la Ley N.º 22.285 de Radiodifusión que, en ese momento, regía en el país. Hoy, su función es ocupada por la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA), cuya creación fue prevista en la Ley N.º 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, sancionada en 2009.

Bibliografía

- Cobos, T. L. (2010), “Animación japonesa y globalización: la latinización y la subcultura otaku en América Latina”, *Revista Razón y Palabra* N.º 72. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/N/N72/Varia_72/32_Cobos_72.pdf>.
- De Luca, R. (2012), “Las dos matrices de los Eventos de Historieta: redefiniciones de objetos y relaciones en torno a la historieta argentina”, ponencia presentada en el I Congreso Internacional de Historietas y Humor Gráfico *Vinetas Serias*, Buenos Aires. Disponible en: <<http://www.vinetasserias.com.ar>>.
- Fernández, J. L. (2009), “Broadcast yourself: ¿oxímoron o confusión entre medios?”, *Revista*

- Comunicar N.º33, España, Grupo Comunicar.
- Genette, G. (1989), *Palimpsestos. La literatura en segundo grado*, Madrid, Taurus.
- Jakobson, R. (1981), "En torno a los aspectos lingüísticos de la traducción", en *Ensayos de lingüística general*, Barcelona, Seix Barral.
- Lotman, I. (1996), *La semiosfera I. Semiótica de la cultura y del texto*, Madrid, Cátedra.
- Lotman, I. (1998), *La semiosfera II. Semiótica de la cultura, del texto, de la conducta y del espacio*, Madrid, Cátedra.
- Martínez Alonso, G. (2012), "La revista Lazer y la masificación del animé en Argentina", ponencia presentada en II Congreso Internacional de Historietas y Humor Gráfico *Viñetas Serias*, Buenos Aires. Disponible en: <<http://www.vinetasserias.com.ar>>.
- Metz, C. (1974), "El estudio semiológico del lenguaje cinematográfico", Revista *Lenguajes* N.º 2, Buenos Aires.
- Napier, S. J. (2005), *Anime from Akira to Howl's Moving Castle*, New York Palgrave Macmillan.
- Oberto, L. (1997), "Dragon Ball. ¿La tercera es la vencida?", Revista *Lazer* N.º1, Buenos Aires, Ivrea.
- Papalini, V. (2006), *Anime. Mundos tecnológicos, animación japonesa e imaginario social*, Buenos Aires, La Crujía.
- Steimberg, O. (1993), *Semiótica de los medios masivos. El pasaje a los medios de los géneros populares*, Buenos Aires, Atuel.
- Verón, E. (1987), *La semiosis social. Fragmento de una teoría de la discursividad*, Barcelona, Gedisa.