

KOKORO

Revista para la difusión de la cultura japonesa



Nº 24

Mayo - Agosto 2017

ISSN: 2171- 4959

DL: CC-47-2010

REVISTA KOKORO

DIRECTOR

Fernando Cid Lucas

JEFA DE REDACCIÓN

Harumi Nishinotoin

REDACTORES

Giada Piromallo

Marie Aurélie Imare

Jara Rodilla Rojo

Antonio Rodríguez González

Luis Javier Conejero Magro

SECRETARIA DE REDACCIÓN

Isabel Portalatín Romero

COMITÉ CIENTÍFICO

Asesor de Comité

Dr. Federico Lanzaco Salafranca (Sophia University, Japón)

Miembros

Dr. David V. Almazán Tomás (Universidad de Zaragoza, España)

Dra. Maria de Deus Beites Manso (NICPRI / Universidade de Évora, Portugal)

Dra. Anjhara Gómez Aragón (Universidad de Sevilla, España)

Dr. Thomas Heyd (Alberta University, Canadá)

Dr. Edward Menta (Kalamazoo College, EE.UU.)

Dr. Andrés José Pociña López (Universidad de Extremadura, España)

Dr. Fernando Rodríguez-Izquierdo y Gavala (Universidad de Sevilla, España)

Dr. Carlos Rubio de la Llave (CES Felipe II, España)

Mag. Keiko Elena Saito (Universidad Nacional de Tucumán , Argentina)

Dra. Michiko Tanaka (El Colegio de México, México)

Dr. Masaki Tsunokawa (Tokai University, Japón)

Dr. Keishi Yasuda (Ryukoku University, Japón)

Ilustración de portada: D^a Kumiko Fujimura

Maquetación: Isabel Portalatín Romero

Edita: Revista Kokoro

Imprime: Ricopy. C. / Santa Joaquina de Vedruna, nº9. C.P.10001 (Cáceres) Tlf. 927 626 101

DL: CC-47-2010 **ISSN:** 2171-4959

Normas de publicación en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/revista?codigo=14793>

IMPRESA EN ESPAÑA – PRINTED IN SPAIN

ÍNDICE

Editorial	1
La recepción del cine de Kore-edo en España: una perspectiva sociocultura	2
Guillermo Torres Moreno	
El auge de la estética <i>Kawaii</i> : origen y consecuencias	13
Jaime Romero Leo	
El País del Sol Naciente para todos los gustos: cuatro razones más para amar a Japón ..	25
Fernando Cid Lucas	
Tres haikus	28
Manuel Pozo Díaz	
Dos haikus	29
Mª Jesús Manzanares	

EDITORIAL

Es un placer para *Kokoro* poder publicar en sus páginas los trabajos de los jóvenes investigadores, de las nuevas promesas de los estudios sobre Japón. Esta premisa estaba en los estatutos (nunca escritos) de la revista cuando nació: ser un altavoz por el que quien inicia su andadura por la fascinante cultura japonesa pudiera hablar. Ahora, diez años después, se ha convertido, gracias al esfuerzo de nuestro equipo, en un punto de unión entre quienes llegan para aprender y de los maestros, de quienes lo hemos aprendido todo. Y así seguiremos, aunque tengamos que resistir los embates de estos tiempos de crisis, instalada en lo cotidiano. Aún en esas, aún con medios tan menguados, nuestra revista ha conseguido dos indexaciones más, una en la HEAL, de Grecia, y la otra en el prestigioso portal ERIHPLUS, que avala la cantidad de sus contenidos a niveles europeos. Un agradecimiento especial debe ir para nuestra secretaria y maquetadora, Isabel Portalatín, sin cuyos sabios consejos y sus muchas horas de trabajo todo esto no habría sido posible. Gracias, de todo corazón/*kokoro*.

¡Salud y hasta el próximo número!

Fernando Cid Lucas
Director de *Revista Kokoro*

La recepción del cine de Kore-eda en España: una perspectiva sociocultural¹

Guillermo Torres Moreno

Universidad de Granada

torresmorenoguillermo@gmail.com

Resumen

En el presente trabajo se plantea una aproximación a la manera en la que los largometrajes de Kore-edo Hirokazu: *Air Doll* (2009), *Milagro* (2011) y *De tal padre, tal hijo* (2013) son recibidos en España por el público y la crítica. Para ello, se adoptará una visión que parte de los estudios de recepción cinematográfica, entendidos desde una perspectiva antropológica anclada en los estudios culturales.

Palabras clave: *Kore-edo, cine japonés, recepción.*

Abstract

The main point of this article is to tackle how Kore-edo Hirokazu's films *Air Doll* (2009), *I Wish* (2011) and *Like Father, Like Son* (2013) are received by the Spanish public and critique. In order to do so, we will take into consideration Film Reception Theory from a point of view that call the attention to both a Cultural Studies and anthropological perspectives.

Keywords: *Kore-edo, Japanese film, reception.*

1. Introducción

El cine es un agente comunicador de masas que proyecta, de manera intrínseca, una serie de elementos culturales que esbozan diferentes realidades y miradas sobre una determinada comunidad cultural. En este ámbito, Japón siempre se ha caracterizado por una producción cinematográfica muy prolífica y, gracias a su desconocimiento en Europa hasta mediados de los años cincuenta, de gran atractivo para el espectador euro-americano.

Géneros como el *jidai-geki* (cine de época), las *yakuza-eiga* (cine de mafiosos) o el *shomin-geki* (drama familiar) se establecen como tales una vez aterrizan en Europa, siendo bautizados como tal por sus académicos². De esta manera, se ha dado paso a clichés y efectismos que, a la postre, serían reproducidos por las industrias japonesas en un intento de alcanzar cierta internacionalización o canonización de algunos de sus supuestos valores culturales.

1. Trabajo ganador, por unanimidad del jurado, del V Premio a la Investigación Revista *Kokoro*.

Probablemente, Hirokazu Kore-eda³ (Tokio, 1962) sea el director contemporáneo japonés que más atención ha conseguido captar dentro y fuera de Japón en la última década. Kore-eda nos muestra un cine costumbrista marcado por el drama social en el que explora cuestiones como la memoria, la pérdida o la identidad. Su visión parte de la crítica a la realidad social japonesa desde una perspectiva familiar; de la (des)configuración de los distintos modelos familiares propios de las sociedades posindustriales, sus problemáticas, sus retos, incongruencias y, a fin de cuentas, sus anhelos.

En el presente artículo se plantea una aproximación a la manera en la que los largometrajes de Kore-eda Hirokazu: *Air Doll* (空気人形, *Kūkiningyō*, 2009), *Milagro* (奇跡, *Kiseki*, 2011) y *De tal padre, tal hijo* (そして父になる, *Soshite chichi ni naru*, 2013) son recibidos en España por el público y la crítica. Para ello, se adoptará una visión que parta de la teoría de recepción cinematográfica desde una perspectiva antropológica que esté anclada, a su vez, en los estudios culturales.

2. *AirDoll*

Un hombre soltero de mediana edad vive en un pequeño apartamento de Tokio con la única compañía de una muñeca hinchable de tamaño real. Cada día, tras volver del trabajo, interactúa con ella como si de su pareja real se tratara. Sin embargo, esta rutina termina cuando, de repente, la muñeca cobra vida. Acaba de «nacer» y no comprende nada, aunque pronto descubre el mundo exterior, y comienza a sentirse fascinada por todo lo que ve. Conoce a mucha gente, pero nadie es capaz de explicarle qué significa «estar viva». Finalmente, cree encontrar el amor en un depen-

diente de videoclub y el espectador es transportado hacia su mundo interior a través de un viaje marcado por la sensibilidad, donde la «unidad familiar» se ve reducida a una suerte de matrimonio en el que la fantasía juega un papel esencial.

En el terreno de la crítica, es posible diferenciar dos discursos predominantes, tanto en la vertiente profesional, como en la no profesional. Por un lado, las críticas positivas suelen establecer su eje principal en torno a la delicadeza y el sentimiento que emanan de la película: «Kore-eda construye una fábula, casi un embuste, sobre lo auténtico con una absoluta precisión (y belleza) de la imagen» (Rodríguez Marchante, ABC, 2010); «para preservar esa pureza, el artificio está naturalizado con la mayor simplicidad del mundo (...) utilidad, delicadeza y colores cálidos que diseñan la construcción visual» (Argüelles, Divergente, 2012). Por otro lado, entre las valoraciones negativas (no tan comunes entre la crítica especializada), esto se percibe como aburrido, previsible o tedioso: «el deseo y el anhelo son tratados de forma meramente superficial, en tanto que *Air Doll* desdeña el sentido narrativo en favor de la pose poética y melancólica» (Salvá, El Periódico, 2010); «La impresión que se tiene viendo esta extraña *Air Doll* (...) es la de asistir a un discurso que, en el mejor de los casos, agota su trayecto a la media hora» (Broc y Torreiro, Fotogramas).

Air Doll sitúa con frecuencia al espectador frente a planos generales de la urbe tokiota: planos con poco o ningún movimiento de la cámara introducidos de manera estratégica con el objetivo de sugerir al espectador una sensación de vacío y desazón, de nihilismo. Estos planos, conocidos como *pillowshots* (popularizados por el gran Ozu Yasujiro), están muy presentes en el cine de

Kore-edá: planos estáticos aparentemente vacíos y que invitan a reflexionar. Dicho esto, conviene matizar que, generalmente, el espectador español no está familiarizado con el cine japonés tradicional (Ozu, Mizoguchi), caracterizado por un *storytelling* lento y presuntamente más insustancial que el cine de éxito en España (normalmente, proveniente de Hollywood). Kore-edá hace uso de largas escenas de poco peso o relevancia de cara al desarrollo de la trama, pero sí que son de vital importancia para el desarrollo de los personajes dentro de la realidad interna de la película; de su realidad. Precisamente, y en palabras de Christian Metz: «el espectador es consciente de que si no está representado en la pantalla puede identificarse a sí mismo como puro acto de percepción» (2001: 63). Es decir, será más susceptible de identificarse con los sentimientos o las ideas que surgen del filme en lugar de hacerlo con los personajes o con la historia en sí misma, causando en el receptor cierta sensación de hastío e indiferencia. En consecuencia, cabe esperar que una audiencia urbana se muestre más receptiva ante la filmografía de Kore-edá si consideramos su posición de prestigio dentro de festivales y retrospectivas en las que el cine japonés está presente. Sin embargo, la frescura y el uso de una *idol* como Bae Doo-Na también podría entenderse como un elemento clave de cara a una audiencia marcada por la subculturalidad y el consumo a través de circuitos alternativos. Es decir, la presencia de *idols* no se emplea como recurso de marketing de cara al público objetivo internacional, sino que queda relegado a un contexto eminentemente japonés o asiático en el que el fenómeno *idol* cuente con un nicho espectacorial detrás. Asimismo, resulta interesante considerar que los planteamientos de la película seguramente

no sorprenderán al espectador español. Dicho de otro modo, no son pocos los ejemplos de largometrajes *mainstream* o *blockbusters* con temáticas similares que han llegado a las salas españolas de mayor tamaño. Algunos ejemplos de especial repercusión y éxito son: *El hombre bicentenario* (Chris Columbus, 1999) o *Ex Machina* (Alex Garland, 2015). Ambos filmes plantean ideas y visiones de corte posmodernista donde –desde una perspectiva algo distinta a la de *Air Doll*– la tecnología, la ética y «lo humano» son los pilares fundamentales que sustentan sus respectivas tramas. En este sentido, *Air Doll* no tiene pretensión científica alguna, sino que se aproxima, de una manera muy específica, a los dilemas humanos más típicos a través de una mirada poética con la que mostrar tímidamente una serie de emociones de manera sencilla y descentralizada. Este acercamiento universalista por parte del espectador, además, puede verse perfectamente ejemplificado por una asociación con la fábula de Pinocho (algunos lo relatan así online⁴), o, incluso, con *Tamaño Natural* (Luis García Berlanga, 1973) en un contexto nacional.

En términos traductológicos, Sakai Naoki hablaba de un «régimen de traducción» en el que «la economía del mundo globalizado busca excluir la “interpelación heterolingüé” para imponer la “interpelación homolingüé”» (Sakai, 1997: 5-18). Si aplicamos la noción lingüística a la cultural, estaríamos ante un paradigma en el que Kore-edá «globaliza» su cine mediante la exclusión de elementos de mayor «japonismo» (por ejemplo, la característica gestualidad japonesa) para extraer una interpretación más deslocalizada en sus espectadores. Si sumamos esto al entendimiento del espectador como acto de recepción en sí mismo, podríamos dibujar un

patrón o modelo de entendimiento de *Air Doll* en el que se ejerza una mayor atracción para el público subcultural presente en las redes frente al urbano y de clase alta.

3. Milagro

Koichi y Ryunosuke son dos hermanos que han sido separados tras el divorcio de sus padres: uno vive con su padre y el otro con su madre. Al salir de sus respectivas clases de natación, ambos mantienen conversaciones telefónicas donde manifiestan su deseo de que la familia vuelva a estar unida. Como consecuencia de la inauguración de una línea tren de alta velocidad que une ambas ciudades, corre el rumor de que ver a dos de estos trenes cruzarse entre sí tendrá lugar un milagro. De esta manera, los dos hermanos moverán cielo y tierra para que sus deseos, junto a los de otros niños, se hagan realidad.

Lo primero en lo que debemos centrar la atención es en la temática de la película: tras *Air Doll*, Kore-edo abandona cualquier matiz de fantasía y vuelve a relatar la historia de una familia disfuncional típica. Koichi se encuentra en Kagoshima, una ciudad cuya personalidad está delimitada por los problemas continuos que causa la actividad volcánica de *Sakurajima* a sus habitantes. El niño pasa a formar parte de una unidad familiar que incluye a los abuelos maternos y que da pie a una disposición estricta y tradicional, donde la estructura del *ie* se ve amenazada por la ausencia de la figura paterna. Por otra parte, Ryunosuke se va a vivir al otro extremo de la isla de Kyūshū junto a su padre: un músico *indie* que trabaja en la construcción por las noches. Como consecuencia de su relajado estilo de vida, es el niño quien hace las veces de figura materna y cuida de él haciéndose cargo

de las tareas domésticas.

Al contrario de lo que sucede con Fukuoka, Kagoshima juega un papel importante en el desarrollo de la trama de la película, siendo el engranaje principal del milagro que está por venir y, al mismo tiempo, una pieza fundamental en el estado de ánimo de Koichi, quien se muestra melancólico, decaído y continuamente preocupado por reunir a su familia. Paralelamente, Ryunosuke se nos presenta como un personaje hiperactivo para el que todo es diversión, que no parece tener el mismo deseo de su hermano por ver a toda la familia reunida.

Por un lado, la crítica de *Milagro* se ha conformado de manera similar a la *Air Doll*. Nos encontramos ante una crítica eminentemente positiva donde se realza la delicadeza con la que se expresan los sentimientos de los personajes: «una bonita fábula libre del castigo de la moraleja (...) una película convencida de su capacidad para conmover sin atosigar; emocionar sin dar la tabarra» (Martínez, *El Mundo*, 2011); «recupera la infancia como el territorio sagrado de los buenos y reconfortantes sentimientos, pero lo hace con una sensibilidad y delicadeza que nos hace sentir el film como muy verdadero» (Argüelles, *Divergente*, 2012). Asimismo, se puede discernir una estela que, si bien no del todo negativa, alude a las partes que resultan vacías, prescindibles o excesivamente largas. De nuevo, este patrón se comparte tanto por la crítica amateur como por la profesional, aunque la última parece achacarlo a las altas expectativas que se le imponen a Kore-edo, sin mostrar, eso sí, indicios agresividad en la crítica como sí ocurrió con *Air Doll*: «penetrante retrato de la sensibilidad infantil y la interpretación abarrotada de naturalidad, matices y veracidad de los niños (...), pero el ritmo es demasiado moroso y el

desenlace está innecesariamente alargado» (Boyero, El País, 2011).

Por otro lado, se trata de una película que –aunque enfocada en términos de su clasificación a niños– dista bastante de tratarse de un filme cuyo principal *target* sea un público infantil, sino que plantea especial relevancia para una audiencia de mediana edad, conformada por padres y madres. De hecho, el proceso de marketing no parece plantear la intención de que la película fuera proyectada especialmente para niños. No obstante, nótese el hecho de que todo tiene lugar desde el punto de vista de los niños, que se muestran más maduros y responsables que sus contrapartes adultas: perdidas, inconscientes y traumatizadas. Son los niños los que salen adelante y representan una crítica social desde una aparente inocencia; una línea de reflexión clave en el cine de Kore-eda que sitúa a la juventud en el centro de la acción. Consecuentemente, cabe plantearse si este tirón de orejas a la adultez puede tener mayor repercusión en la audiencia urbana. El consumidor de cine de género se caracteriza por ser un grupo joven donde se intuye que no habrá una elevada presencia de espectadores que sean padres o madres. Así, debemos considerar que las familias afincadas en grandes ciudades suelen presentar estructuras más dispersas que otras comunidades más pequeñas, donde la disfuncionalidad familiar no parece ser tan común. Los divorcios y un consecuente trauma infantil son comunes a ambas sociedades, pero el mero hecho de que la película sea japonesa podría anular la presunta inverosimilitud de ver a dos hermanos separados por un divorcio (algo poco común en España). De esta manera, el espectador español tiene la posibilidad de reforzar una frivolización al respecto de sus creencias sobre los lazos familiares por parte

de los japoneses.

De nuevo, vemos cómo el principal atractivo del texto filmico en el contexto español tiene que ver con la universalización del trauma, donde el espectador no se aproximará al texto filmico por identificación, sino que se distanciará como espectador para valorar los problemas planteados por los personajes de cara a su propio campo de experiencia. Además, hemos planteado cómo la inclusión de un espectador de mediana edad, con hijos y enmarcado en un ámbito urbanita, sí que podría efectuar una lectura de inclusión respecto de los personajes adultos de la película, ya que se verán inmersos en un planteamiento que podría extrapolarse a su situación personal. Por tanto, de los dos grupos, concluimos que la batalla por la audiencia vendría liderada por los espectadores urbanos, donde la diferenciación al respecto de los espectadores de género no estaría tan difuminada como en el caso de *Air Doll*.

4. De tal padre, tal hijo

Nonomiya Ryota es un exitoso arquitecto obsesionado con el éxito y el trabajo. Vive felizmente con su mujer y su único hijo, al que educan de manera estricta y severa. Un día reciben una inesperada e inoportuna llamada del hospital donde su hijo nació seis años atrás y se les informa de que hubo una confusión: el bebé que se les entregó tras el parto en realidad no es su hijo biológico, sino que fue intercambiado con el de otra familia. Llegados a este punto, el matrimonio tendrá que enfrentarse a la difícil decisión de recuperar a su verdadero hijo o seguir criando al pequeño con el que llevan seis años.

Una vez más, la crítica se sitúa con *De tal padre, tal hijo* en un espectro eminentemente

mente positivo, donde se destacan el valor dramático inherente a las relaciones interpersonales y familiares que mantienen los personajes: «Un admirable retrato de la infancia y del desgarro familiar (...). Es una película que te hace sentir y pensar, una preciosa película» (Boyero, El País, 2013); «Obra maestra (...), habla de algo tan profundo y dramático que resulta asombroso que pueda ser al tiempo tan ligero y hasta divertido» (Rodríguez, ABC, 2013). No obstante, no ha estado exenta de recibir una crítica incendiaria y agresiva por parte de algunos críticos: algo que resultar extraño si tenemos en cuenta que el filme alcanzó gran popularidad en Cannes y logró un éxito aún mayor que sus trabajos anteriores. Si bien, también es cierto que es el único filme del autor que ha tenido un despliegue de marketing mínimamente reseñable en España, con la promoción en periódicos y su estreno en algunas salas junto a otros «blockbusters de autor». De este modo, Kore-eda se ha podido configurar como un director que se sitúa en una especie de plano intermedio entre lo mainstream y el cine de autor: «Kore-eda sorprende con el más flojo, cursi y evidente melodrama de su carrera» (Martínez, El Mundo, 2013); «relata el caso de dos bebés intercambiados al nacer (...) para abandonarse a sus instintos más sensibleros y cursis (...) es el tipo de película que empeora cada nueva vez que piensas en ella» (Salvá, Cinemanía, 2013).

Aunque los niños siguen siendo el epicentro de la historia, la problemática se muestra desde una perspectiva centrada en los adultos; relacionándose con las experiencias de Kore-eda con la paternidad. Los adultos dejan de ser un elemento externo (o no muy activo), impulsando con gran dinamismo una serie de cambios y puntos de inflexión en la personalidad de los niños. Es decir, el prota-

gonismo se reparte en un juego de niveles más amplio y sofisticado; ya no se trata únicamente de las inquietudes de los niños desde el punto de vista del egoísmo e ignorancia de los padres, sino que existen dos estructuras familiares donde todos los personajes aportan un punto de vista característico del grupo que representan. Por otro lado, la figura de la mujer cobra una fuerza mayor que en anteriores películas. Si en *Milagro*, por ejemplo, el papel de la mujer (tanto de la madre como de la abuela) se veía relegado a un segundo plano, la figura de la esposa sumisa se torna activa y compleja en *De tal padre, tal hijo* a través de la madre de Keita. La sumisión deja de ser anecdótica, totalitaria o estática, rechazando *in crescendo* la idiosincrasia de género japonesa (representada por el padre de Keita) y el nihilismo existencial del niño derivado de la competitividad social se les impone. Como consecuencia, los niños no son agentes que se revelan o que tengan que sobrevivir, sino figuras –estancadas– cuya rebeldía tiene lugar dentro de unos límites marcados por los sistemas educativo y social en los que están enraizados. Esta representación de la mujer se acerca a la que puede encontrarse en numerosas películas españolas recientes, y no tanto a la mujer en un sentido tradicional japonés. Por ello, no resultaría extraño que muchas españolas pudieran verse identificadas –o al menos receptivas– ante este tipo de personajes. Aun estando dentro de un marco de sumisión que se ajusta a la idiosincrasia imperante de su sociedad, es una mujer que se rebela de una manera defensiva y sutil.

Kore-eda parece buscar la identificación con el espectador, al contrario de lo que suele suceder con el cine de autor, que ha intentado romper con las audiencias generalistas desde

los años sesenta (y, como resultado de esta mayor adecuación del filme, a una audiencia más *mainstream*). No podemos dejar de lado el papel de Fukuyama Masaharu, pues es clave a la hora de promocionar y de atraer a un público joven a las salas. Aun así, como ya mencionamos con *Air Doll*, la figura del *idol* como reclamo surtiría un efecto únicamente con el consumidor de cine de género o seguidores de *idols* japoneses, por lo que la publicidad asociada a la presencia del filme en festivales internacionales o su enlace con directores reputados anteriores cobran una mayor importancia. En el caso de Kore-eda, esta figura sería Ozu Yasujiro.

5. El *fansub* y el *fandom*

Josep Lluis Fecé (2003: 176-177) argumenta que, por medio de la exploración de ideas adaptables al gusto eurocentrista, Kore-eda presenta un discurso analizable desde una perspectiva de cinefilia contemporánea relacionada con el vanguardismo japonés. Sin duda, es una idea que puede tomar contacto con una especie de efecto «*pikachu*» en tanto que lo japonés (especialmente en su ámbito contemporáneo) evoca a través de su excéntricidad posmoderna una fuerte atracción en el espectador potencial bajo el amparo de las dinámicas del discurso tecno-orientalista. Como él bien articula, los autores nipones de los noventa son conocidos fuera de la crítica únicamente por usuarios de internet habituales o consumidores del *manganime* y del cine de género; espectadores caracterizados por un consumo compulsivo y por ser relativamente jóvenes.

Fecé describió a Kore-eda como un director condenado a ser ignorado en nuestro país, afirmando también que el efecto kimono

no se aplica con exactitud a la hora de hablar de directores contemporáneos como Miike: «tal fascinación tendría más que ver con los placeres que procura el cine de género, así como la presencia de ciertas temáticas y la relación con ciertas formas de consumo. Nada o poco que ver, pues, con una supuesta fascinación por una cultura lejana (exótica), y mucho o bastante con formas culturales transnacionales de las que el cine japonés ha sabido sacar provecho» (2003: 176-177).

Por una parte, parece que su predicción no se ha cumplido del todo en términos de recepción y repercusión, que va claramente en aumento película tras película. Primeramente, es posible que sus largometrajes más modernos se alejan de ese exotismo vaporoso envuelto por el efecto kimono, pero también es cierto que muchas de ellas desprenden una nueva suerte de exotismo nihilista y posindustrial, caracterizado por la «locura» incommensurable o la delicadeza expositiva que muchos cineastas demuestran en sus textos filmicos⁵. Por lo tanto, también existe la posibilidad de que al espectador le resulte bastante complicado –imposible– desprenderse de las expectativas o ideas preconcebidas que profese (de manera consciente o no) hacia Japón y todo lo que ello lleva, incluyendo un determinado texto filmico.

Por otra parte, en un plano de producción puramente japonés, y como bien vaticinaría el efecto kimono, debemos considerar cómo estos resortes pueden asociarse a la edad del espectador: un espectador de cincuenta años podría ser más propenso a reaccionar más favorablemente a una película como *Rashōmon* (1950) que a *Cold Fish* (2010). Sin embargo, si tomamos en cuenta este efecto *pikachu*

que mencionábamos antes, también sería plausible concluir que un espectador de dieciocho años que se identifique con la cultura popular urbana tiene más posibilidades de reaccionar positivamente a la segunda que a la primera. No obstante, el primero pertenece a la generación que atestiguó una fuerte ola de posmodernismo, por lo que la afirmación inicial quedaría presumiblemente invalidada. Aun así, no parecería haber ningún factor que condicionara al espectador joven a sentir mayor aprecio por un texto clásico que por uno moderno; más bien lo contrario.

El cine japonés de los noventa representó, dentro de las esferas cosmopolitas de clase media-alta y alta (tanto en España como en Europa), un signo de distinción social por el que definirse como alternativo y vanguardista; adjetivos asociados, entre otras cosas, al exótico y bizarro cine japonés (Fecé, 2003: 176-177). No obstante, gracias a las distintas comunidades que subtitulan las películas que se distribuyen por la red de manera altruista, el gusto adquiere una nueva dimensión «proletaria» por la que el cine japonés será capaz alcanzar a un número mayor de espectadores en potencia. Es decir, el cine pasa de ser consumido tan solo por «monarcas» (críticos) para llegar a la «nobleza» (cinéfilos de género y clases medias-altas de las ciudades) en un segundo lugar para, en un tercer paso, distinguir un nuevo «shogunateunderground» a través del que el consumo aumenta en base a un número mucho mayor de iniciados donde la aparición del *fandom* subcultural tiene la capacidad de producir una hiper-especialización dentro de un ámbito antes reservado a ciertos grupos. En este sentido, el *fansub* es la materialización de un ansia por consumir cine que profesan

los seguidores del cine de género o de autor.

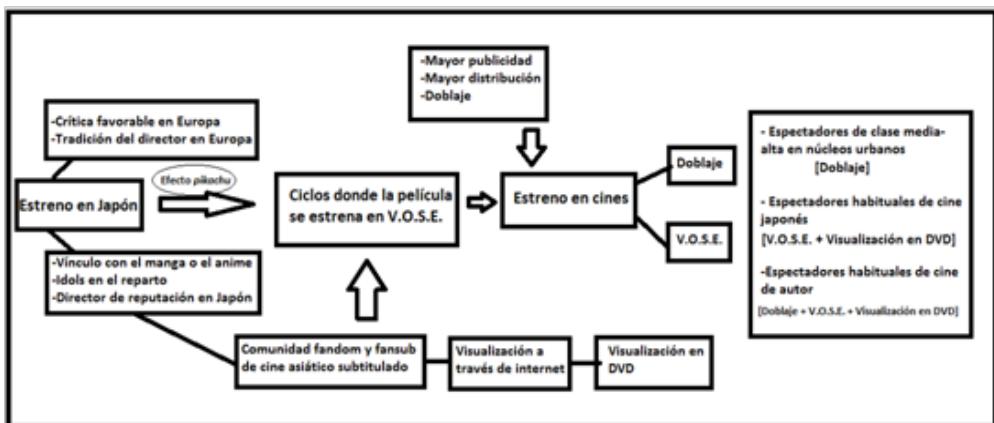


6. Conclusiones

A la hora de considerar el cine de Koreeda, el efecto kimono se mantiene como una figura indispensable: el interés que genera la cultura *pop* japonesa devuelve a su consumidor a la antigua infección memética caracterizada por una percepción hiperbólica de los valores y figuras tradicional: el honor, el respeto, el samuráí, la geisha, etc. Esto es, hacia el orientalismo en su sentido más

clásico. Por lo tanto, el efecto kimono y el efecto *pikachu* están interconectados de una manera similar al orientalismo y el tecno-orientalismo.

A modo de conclusión, es conveniente sintetizar el análisis de los distintos agentes activos y pasivos en la entrada del cine de Koreeda a España. Para ello, consideremos el siguiente esquema:



En primer lugar, una película dada se estrena en Japón: Por un lado, se exporta a Europa a través de festivales de influencia, como Cannes o Berlín. A su vez, esta exportación atiende a otros dos fenómenos: el éxito reiterado de su director en Japón y su tradición de éxito en los festivales. Por otro lado, teniendo en cuenta el efecto *pikachu* (sin olvidar el efecto kimono), la película llegará a Occidente y a España a través de tres canales: en primer lugar, de mano de las comunidades de *fansub*, que acercarán, a través de internet, el consumo de estos filmes a los fans del cine de

género, del cine japonés y, en última instancia, del cine de autor. En segundo lugar, las películas llegan a España y se estrenan en las salas (en V.O.S.E. o no), a las que se asocia la crítica. Por último, existiría un tercer canal formado por los ciclos de cine de autor o retrospectivas que, en cualquier caso, son posteriores al periodo de explotación comercial.

Aun así, las dos ramas de visualización contarán generalmente con un público similar audiencias y captarán muy pocos espectadores no acostumbrados al cine de autor o al cine no doblado al castellano.

En consecuencia, las distribuidoras –una vez que el director en cuestión presente cierto nivel de reconocimiento en este tipo de círculos– planteará su lanzamiento en cines de pequeño o medio tamaño, intentando alcanzar a un nuevo público más casual; doblando la película en algunas ocasiones. Si bien, lo más probable es que los espectadores habituales se mantendrán fieles a las proyecciones en V.O.S.E. y al consumo a través de internet.

Finalmente, aunque sería necesario profundizar más en el tema, podemos plantear una división por la que las proyecciones de películas dobladas y subtituladas obtienen tres tipos principales de espectador medio. Las dobladas consiguen un espectador incluido en las clases medias-altas de los núcleos urbanos que consuman cine de manera casual y a un sector de consumidores de cine de autor que disfrute del doblaje (aunque resulta difícil determinar un porcentaje). Del mismo modo, las proyecciones subtituladas recibirán a los consumidores habituales de cine japonés y de género/autor (y que lo prefieran subtitulado). Por último, este último perfil también se aplicará al consumo de este tipo de cine en DVD, y no tan solo al consumo a través de internet o en el cine.

Considerar el cine reciente de Kore-eda Hirokazu en términos de recepción presenta una complejidad elevada si, al mismo tiempo, tenemos presentes los distintos espacios de visualización (cine e internet), así como los diversos agentes sociológico-antropológicos que afectan, directa e indirectamente, a la hora de darle forma. Hemos intentado acotar cómo una buena distribución, acompañada de la trata de temas universales y un estilo *mainstream* (en concordancia con los restos de la infección memética que suponen los distintos

mecanismos de esencialización), consiguen que Kore-edo sea un director aclamado y bien recibido por un amplio número de círculos espectoriales en España.

Notas:

2. Los críticos occidentales no prestaron demasiada atención al cine japonés hasta la aparición de Kurosawa Akira durante los años cuarenta, dando la espalda al gran número de producciones que afloraron durante la década de los treinta. De este modo, y una vez el furor por Kurosawa llegó a su fin, el cine japonés volvería a caer en el silencio hasta la década de los noventa. En este contexto, el cine japonés resurgió en los países europeos y Norteamérica como algo novedoso y atractivo, que ponía manifiesto el profundo desconocimiento sobre el mismo.
3. En japonés, el apellido se coloca precediendo al nombre de pila.
4. Por ejemplo, en la crítica de La Butaca: <http://www.labutaca.net/criticas/air-doll-todos-somos-sustitutos/>
5. En este contexto podemos recordar a IwaiShunji con películas como *Ririshushu no subete* (リリイ・シュシュのすべて, All About Lily Chou-Chou, Todo sobre Lily Chou-Chou, 2001) o a la eterna *Ai no mukidashi* (愛のむきだし, Love Exposure, 2004) dirigida por Sono Sion.

Bibliografía

- COLUMBUS, Chris, *El hombre bicentenario*, 1999.
COSTA, Jordiet (al.), *El principio del fin. Tendencias y efectivos del novísimo cine japonés*, Barcelona, Paidós. 2003.
FECÉ, Josep Lluís, “Paisajes del vacío. Hirokazu Kore-edo”, en: AAVV (ed.),

El principio del fin. Tendencias y efectivos del novísimo cine japonés, Barcelona, Paidós, 2003, pp. 175-194.

GARCÍA BERLANGA, José Luis, *Tamaño natural*, 1973.

GARLAND, Alex, *Ex machina*, 2015.

KORE-EDA, Hirokazu, *Air Doll*, 2009.

KORE-EDA, Hirokazu, De tal padre, tal hijo, 2013.

KORE-EDA, Hirokazu, *Milagro*, 2011.

LOZANO-MÉNDEZ, Artur, “Techno-Orientalism in East-Asian contexts: reiteration, diversification, adaptation”, en: Telmissany, May y Tara Schwartz (ed.), *Counterpoints: Edward Said's legacy*, Cambridge Scholars Publishing, 2010, pp. 183-206.

SAKAI, Naoki, *Translation and subjectivity. on Japan and cultural nationalism*, University of Minnesota Press, 1997.

PALETZ, Gabriel M., “The halfway house of memory. An interview with Kore-eda”, *Cineaction*, nº 60, 2003, pp. 52-60.

PARK, Je Cheol, “Envisioning a Community of Survivors in Distance and Air Doll”, *Film Criticism*, Winter, ProQuest Central, 2011, pp.166-194.

SALA, Ángel, “La asimilación post-moderna de los géneros populares japoneses”, en: AAVV (ed.), *El principio del fin. Tendencias y efectivos del novísimo cine japonés*, Barcelona, Paidós, 2003, pp. 195-227.

WEINRICHTER, Antonio, *Pantalla amarilla: el cine japonés*, Madrid: T&B Editores, 2002.

ZWICK, Edward, *El último samurái*, 2004.

Críticas:

BOYERO, Carlos, El País, 2011,en:
http://elpais.com/diario/2011/09/21/cultura/1316556003_850215.html

BOYERO, Carlos, El País, 2013, en:
http://cultura.elpais.com/cultura/2013/05/18/actualidad/1368898094_006472.html

BROC, David y TORREIRO, Mirito, Fotogramas, en:
<http://www.fotogramas.es/Peliculas/Air-doll>
 COSTA, Jordi, Fotogramas, 2013, en: <http://www.fotogramas.es/Peliculas/De-tal-padre-talhijo>

MARTÍNEZ, Luis, El Mundo, 2011, en:
<http://www.elmundo.es/elmundo/2011/09/20/cultura/1316529876.html>

MARTÍNEZ, Luis, El Mundo, 2013, en: <http://www.elmundo.es/cultura/2013/11/29/5297754b63fd3d-8c368b4592.html>

ARGÜELLES, Manuel, Divergente,2012, en: <http://cinedivergente.com/criticas/singularidades/air-doll>

ARGÜELLES, Manuel, Divergente, 2012, en: <http://cinedivergente.com/criticas/largometrajes/kiseki-milagro>

SALVÁ, Nando, El Periódico, 2010, en:
<http://www.elperiodico.com/es/noticias/ocio-ycultura/air-doll-pose-poetica-melancolica-332514>

SALVÁ, Nando, Cinemanía, 2013, en:
<http://www.cinemania.es/noticias/cronica-cannes-2013mucho-loco-suelto-por-ahi/>

RODRÍGUEZ MARCHANTE,Oti, ABC, 2010, en:
<http://www.abc.es/20100618/cultura-cine/criticado-ll-201006172025.html>

RODRÍGUEZ MARCHANTE,Oti, ABC, 2013,en:
<http://www.abc.es/cultura/cine/20130519/abcicannes-201305182223.html>

El auge de la estética *Kawaii*: origen y consecuencias¹

Jaime Romero Leo

Universidad de Salamanca

jaimeromeroleo@gmail.com

Resumen

En este artículo se pretende dar una contextualización histórica del concepto *kawaii*, así como una revisión de todo el aparataje estético que en los últimos años se ha generado en torno al fenómeno. Reivindicado como revolución estética por los jóvenes japoneses en la década de 1970 frente al encorsetado sistema socio-político japonés, hoy, lo *kawaii* habría pasado a ser asumido y explotado por las campañas del denominado *Cool Japan*. La traducción del término al inglés (*cute*) o al español (“mono”), no alcanza a englobar las implicaciones de lo *kawaii*, un elemento sin el cual no puede llegar a comprenderse, de forma efectiva, la realidad contemporánea nipona. Es por ello que el siguiente artículo, a través de la reflexión histórico-estética del fenómeno, pretende sentar algunos de los fundamentos necesarios para su análisis crítico.

Palabras clave: *Kawaii*, Cultura popular, Estética Japonesa, *Cool Japan*.

Abstract

This article is expected to provide an historical contextualization of the *Kawaii* concept, as well as an overhaul of all the aesthetical apparatus that has been built upon it in the last few years. What in the 1970s was born as an aesthetical revolution by the Japanese youngsters against the straitjacketed social-political Japanese system, today the *Kawaii* has been both assumed and exploited by the so-called *Cool Japan* campaigns. The term’s translation into English (*cute*) or Spanish (*mono*) does not reach to embrace all the implications of the *Kawaii*, since the contemporary Japanese reality cannot be understood without it. Therefore, the following article intends to lay some of the necessary foundations for its critical analysis through both an historical and aesthetical reflection of this phenomenon.

Keywords: *Kawaii*, Popular Culture, Japanese Aesthetics, *Cool Japan*.

1. El auge de lo *Kawaii* en el Japón contemporáneo

Cuando el escritor norteamericano, Peter Carey, tomó tierra en Tokio en junio del 2002, una de las primeras cosas que lo desconcertó la cantidad de imágenes de estética manga que

le sobrevino: cajeros automáticos, carteles publicitarios, personajes digitalizados recorriendo las pantallas del aeropuerto, esculturas que le daban la bienvenida...²

1. Trabajo finalista, por unanimidad del jurado, del V Premio a la Investigación Revista *Kokoro*.

Aunque Carey no lo especificó, es fácil adivinar bajo qué estética del ámbito del *manga* se englobaban estos personajes. Adorables, de grandes ojos, voz dulce, cándidos y con unos rasgos caricaturizados de tal modo que expresasen calidez y ternura al que los mira. Estas criaturas pertenecían a lo que los japoneses denominan *kawaii*: personajes lindos, *cute*, “monos”, que bien pueden servir para informar al turista sobre el complejo entramado del metro de Tokio, para hacer de narradores en los documentales de historia, representar el espíritu de alguna ciudad turística o algún producto alimenticio.

Tal y como expuso el columnista Kazuyuki Obata en su artículo *¿Hasta qué punto es mono lo Kawaii?*, en el número que la revista *Nipponia* dedicó a la estética *kawaii*,³ hoy en día, en Japón, resulta más complicado explicar lo que no es *kawaii* que lo que lo es, ya que, aparentemente, todo se encuentra teñido por esta estética de objetos y personajes del *manganime* de apariencia edulcorada. En anuncios, series, pero sobre todo, comics, pueden observarse algunos ejemplos de personajes dibujados bajo esta estética, la cual, poco a poco, ha influido de manera radical en la idiosincrasia de los nipones:⁴

El éxito de lo *kawaii* cambió el concepto del diseño en este país por la época en que yo me estaba haciendo adulto. Ahora que tengo cuarenta y dos años y soy padre de un niño de tres, nuestra casa está llena de cositas monas para el pequeño: juguetes, ropa, vajilla, lápices y papel, todo está decorado con esas caritas dulces de los personajes del *anime* y del *manga*. Francamente, estoy algo cansado de todo eso. El problema es que en las tiendas japonesas prácticamente no hay otro tipo de cosas para los niños. Tendría que remover cielo y

tierra para encontrar objetos infantiles que no estén ilustrados con esos personajes edulcorados. E incluso, si encuentro algo que no sea de estilo *kawaii*, son los abuelos los que vienen con “una cosita mona para el pequeño”. Tam poco se puede rechazar un cachorro mono de un amigo bienintencionado. Así que los padres no tenemos elección en este Japón obsesionado por lo *kawaii*; sólo podemos sonreír y aguantar. Soy un tipo de persona que no se siente cómoda con esas cosas monas exageradas por los medios de comunicación. No me malinterpreten. Yo tuve animalitos muy bonitos desde la infancia. Pero no quiero estar rodeado de ilustraciones de animalitos graciosos.⁵

A pesar de tal confluencia de imágenes *kawaii* en un Japón cada día más global, y de la aceptación que dicha estética tiene en el extranjero⁶, tal y como el artista Takashi Murakami narraba en 1995, a su vuelta de su estancia en Nueva York: “aún cuesta encontrar una definición que englobe todo aquello que condensa para los japoneses esta estética y que sirva a los Occidentales para su comprensión última”⁷. En este sentido, acudir a la evolución etimológica de la palabra ha sido una de las maneras en las que investigadores de esta estética han tratado de acotar el término. Así, pues, la palabra *kawaii* se encuentra compuesta por los ideogramas: 可愛い. El primero de ellos, 可, se lee *ka* y puede traducirse por “tolerable”, “possible” o “pasable”. El segundo, 愛, es el *kanji* de “amor” y su pronunciación es la de *ai*. Debido a la cacofonía que se produce al unir ambas sílabas, *ai*, se pronuncia como *wai*. El último símbolo es い, pronunciado como *i*, no corresponde al alfabeto de los *kanjis*, sino al silabario *hiragana*. Indica que nos encontramos ante un

adjetivo. Normalmente no tiene sentido traducir literalmente el significado de los ideogramas que componen una palabra en japonés ya que, la mayoría de las veces, su significado último trasciende la simple unión de los términos particulares pero, en este caso, su separación ayuda a comprender su creciente uso en la sociedad contemporánea. Lo *kawaii* denota un amor, una pasión, una euforia por algo o alguien, pero, en un país donde no es de buen gusto mostrar de manera explícita y en público los sentimientos⁸. De ese modo, expresar que algo es *kawaii* sería el modo de expresar, literalmente, un amor “pasable” o “tolerable”, esto es: permite expresar pasión por algo sin que la muestra de afecto choque con la convención social del buen gusto o la educación. Según lo expuesto, más allá de esa estética de lo adorable y cálido de la que emana, el concepto se ha ramificado llegando a todos los ámbitos de lo social. Todos lo usan y todos tratan de encontrar la manera de serlo o expresarlo, es decir, se busca la manera de adquirir lo *kawaii*, vestir *kawaii*, colecciónarlo...

Obata: En este país, si uno dice que algo es mono, todos estarán de acuerdo. Ishihara: Pues sí, la verdad es que *kawaiies* una palabra útil. Si uno dice que algo es hermoso, corre el riesgo de que otro no esté de acuerdo. Sin embargo, *kawaii* no tiene connotaciones estéticas que la gente discuta, incluso aunque no vean dónde está lo gracioso. Obata: Desde luego que sí, nadie contradice a otro respecto a los productos “monos”, que ciertamente se venden muy bien en esta época de prosperidad. Kanno: El bienestar económico ha posibilitado que casi todos los consumidores compran el mismo tipo de productos. La diferencia está

en el diseño, en hasta qué punto es encantador. Por eso, las empresas han lanzado aparatos eléctricos decorados, digamos, con flores, y coches diseñados para atraer a las mujeres.⁹

Hasta haber llegado a conformarse como tal la palabra y su significado, ésta fue variando a lo largo de la historia. Algunos investigadores, como Hioshi Nitto, han puesto el acento en uno de los testimonios escritos más antiguos que se conservan del origen del concepto. Esta palabra originaria es la de *Kawayushi*, compuesta por: *Kawa*: “cara”, *Hayu*: “rubor” (*flushing*) y *Shi* (indica adjetivo), y la obra que la recoge es la de *Genji Monogatari* (“Cuentos de Genji”), del siglo XI, escrita por Murasaki Shikibu, considerada una de las joyas de la literatura clásica japonesa¹⁰. Como puede apreciarse, *Kawayushi* ya aludía a un tipo de sentimiento de pudor o vergüenza difícil de contener. En ese mismo siglo se cuenta con otra obra de referencia de la literatura nipona que ayudó a ampliar aún más el término: en *Makura no Soshi* (“El libro de la almohada”), datado en torno al siglo XI y redactado en forma de diario pseudo-ficticio por la escritora Sei Shônagon; en él, la autora plasmó el día a día en la corte, los sentimientos que la embriagaban, así como su atención a los grandes y pequeños detalles que la rodeaban. Allí habla Shônagon de otra de las concepciones que han de tenerse presente en esta evolución hacia el término *kawaii*: lo “adorable”, denominación con la que tituló el capítulo 56 de su obra¹¹. El escrito, a modo de lista sobre aquello que considera como tal, ayuda a tomar una perspectiva, históricamente hablando, de lo arraigado que el concepto ha estado desde entonces en el alma japonesa y, por tanto, de la dificultad de los occidentales para llegar a

desvelarlo completamente¹².

El concepto *Kawayushi* evolucionó, llegando a significar en el posterior período Edo (1600-186) algo semejante a “sentirse avergonzado” o “sentirse ruborizado debido a una punzada en la conciencia”¹³. Finalizando esta larga etapa, poco a poco, la expresión fue desprendiéndose de sus connotaciones de “pena” y “lástima” para mantener, únicamente, las de “afecto” y “amor”¹⁴. Tuvo que esperarse hasta la llegada del período Taisho (1912-1916) para encontrar la palabra *Kawayushi* en el diccionario de lengua japonesa. Tras la derrota de Japón en la Segunda Guerra Mundial¹⁵, el término varió a *Kawaiui*. Aunque el significado continuó siendo el mismo, comenzaron a añadirse otros, como el de “vulnerable”, “amable”, “cariñoso” y “pequeño”¹⁶. Finalmente, fue en la década de 1970 donde el término adquirió su forma y significación actual, según el *Nihon Kokugo Daijiten* (diccionario japonés): (1) Lástima, patético. Parece miserable pero levanta simpatía. (2) Que no se puede descuidar. (3) Que tiene carácter dulce, adorable: en rostros y figuras de mujeres jóvenes y niños; como los niños, inocente, obediente y conmovedor. (4) Cosas o formas pequeñas. (5) Lastimoso (usado como desprecio leve)¹⁷.

2. Motivos y consecuencias de la “Revolución” *Kawaii*

Investigadores, como el caso de Sharon Kinsella, han aludido a que, a pesar de tenerse en cuenta la evolución etimológica, si verdaderamente quiere esclarecerse las peculiaridades del uso del término en la actualidad, debe centrarse la atención sobre todo en esta década de 1970. Ello se debe a que fue en esta etapa cuando el concepto comenzó a ex-

pandirse y a aflorar desde los distintos medios de expresión artística, como la ilustración, el manga y el *anime*, pero también desde el propio ámbito cotidiano a través de los gestos e incluso, la manera de escribir. En el artículo *Cuities in Japan*, Kinsella pone el ejemplo de un tipo de escritura intencionalmente infantilizada por los estudiantes de los institutos y las universidades a mediados de esta década. Su objetivo es el de demostrar cómo, si el concepto estético de lo *kawaii* llegó a su máximo desarrollo en 1970, conformando finalmente el sentido que se le da hoy, fue, precisamente, debido a la búsqueda, por parte de la población más joven, de nuevas formas de expresión y de reivindicación. Lo *kawaii* nació como una revolución. Una revolución por la infancia¹⁸. Una revolución de la que Japón se valdría, tan sólo unos años después, para revestirse de una estética propia con la que presentarse ante el mundo. Realizando el contorno de los ideogramas y del resto de los símbolos de los silabarios japoneses de modo más libre (curvado y con un trazo más fino), añadiendo, en ocasiones, pequeños dibujos en lugar de las palabras en cuestión (*emoji*)¹⁹ y recurriendo a términos en inglés, francés y alemán, los estudiantes de aquella época comenzaron a llevar a cabo un tipo de rebelión (*kawaii*) frente a la cultura tradicional japonesa y sus restricciones. Aparte del uso de emoticonos o del trazo de las letras, como si de niños pequeños aprendiendo a escribir se tratase, el uso de diminutivos y de palabras trastocadas con el fin de hacerlas más “monas” marcaron la tónica en este período. Entre algunas de las encuestas que por aquel entonces se les hizo a los estudiantes en cuestión, respecto a este modo de expresarse que ayudaría a definir el fenómeno *kawaii* tal y como hoy lo conocemos, se encuentran respuestas del tipo:

It's got a kind of cute feel.
 I think it's cute and it's my style.
 I think these letters are the cutest
 Cute! They are hard to read but
 they are so cute. I use them.²⁰

Para entender los motivos que desencadenaron este tipo de acciones debe comprenderse que el estrés, en una sociedad altamente competitiva como lo es la japonesa, comienza para los estudiantes ya desde el instituto, seguido, en los años sucesivos, de las pruebas de acceso a la Universidad. Entrar en un determinado instituto posibilita entrar en una determinada universidad, lo cual, a su vez, posibilita entrar en determinadas empresas. Tal y como está diseñado el sistema educativo japonés, los niños, desde una edad bastante temprana, son responsables de la posibilidad de un futuro más o menos prometedor²¹. Debido a este tipo de situaciones, al igual que en el medio escrito, poco a poco lo *kawaii* también empezó a manifestarse en otras formas de expresión, como la de los gestos y la expresión facial²². De manera paulatina, fue visto como *kawaii* (“amor-tolerable”) el hecho de que los jóvenes cercanos a la edad adulta, los que en un primer momento habían tratado de buscar formas de desvincularse de una sociedad estrictamente reglada como la japonesa, gesticularan o mantuviesen posturas o actitudes cercanas a las de los niños pequeños. Esto, que a los occidentales puede chocarles mucho, pero que a las nuevas generaciones cada vez les resulta menos extraño, hoy día en Japón es visto con naturalidad en prensa, radio, Internet o televisión. En la colección de anuncios que una famosa marca de dulces nipona lanzó en el año 2014, por ejemplo, puede verse a la *Idol* Kyary Pamyu Pamyu animando a un ama de casa e, incluso, a un distinguido jefe de

empresa, a imitar su baile de connotaciones *kawaii* (fig. 1). Una vez más, frente a esos valores tradicionales del Japón clásico, entre los que lo contemplativo, las normas de educación y la sobriedad destacaba, se contrapone este otro Japón en el que no resulta descabellado observar en un anuncio de televisión a un honorable hombre de mediana edad, trajeado y dentro de lo que consideraríamos la figura típica del *Salary-man*, imitar los “adorables” gestos de la protagonista del anuncio. Han sido esta clase de “excentricidades” las que el gobierno japonés ha incentivado en su intento por hacerse *cool*, extraño e interesante a ojos del turista occidental²³.





Figura 1: Comercial de la cantante J-Pop

Como ya se ha comentado aquí, más allá de las formas de expresión literarias o corporales, ha sido el manga y su estética desde donde lo *kawaii* ha encontrado espacios para que ese sustrato histórico que se ha descrito derivara en una potente categoría estética, representante hoy de todo un fenómeno como lo es el *Cool Japan*.

Su imbricación con el tebeo fue potenciada en la década 1970, etapa en la que el denominado estilo *shōjo* (dedicado a las niñas)²⁴ adquirió una gran popularidad. Lo *kawaii* encontró un soporte ideal en este estilo historietista desde el que se expresaría, fomentaría y, sobre todo, expandiría a lo largo de las décadas siguientes.

La conexión con el *shōjo-manga* y las sub-estéticas que lo pueblan: *moé*, *bishōnen*, *bishōjo*, etc., cuajaron perfectamente con los sentimientos de ternura y calidez que lo *kawaii* expresaba²⁵.

Observando dicho recorrido y ateniendo a cómo lo *kawaii* es “utilizado” hoy por el gobierno japonés y cómo es comercializado por el mercado nacional y extranjero, podría argumentarse, sencillamente, que la asunción del fenómeno y su exposición al público como “gancho” publicitario del movimiento *Cool Japan* no habría sido más que otro ejemplo de cómo la sociedad y su mercadotecnia asumen, sin complicaciones, las formas contraculturales que afloran en su seno. Esto es, el sistema “absorbe” y reutiliza los mismos materiales con los que se le combate. Sin embargo, la “rebelión” de aquellos jóvenes tuvo algunas peculiaridades que concretan el interés de su estudio. Tal y como explica S. Kinsella:

Cute fashion was, therefore, a kind if rebellion or refusal to cooperate with established social values and realities. It was a demure, indolent little rebellion rather than a conscious, aggressive and sexually provocative rebellion of the sort than has been typical of western youth cultures. Rather than acting sexually provocative to emphasize their maturity and independence, Japanese youth acted pre-sexual and vulnerable in order to emphasize their immaturity and inability to carry out social responsibilities²⁶.

Según la investigadora, en sus inicios, lo *kawaii* trató de ser una revolución “silenciosa”, “soterrada”, “indolente” e incluso “inconsciente”, es decir “natural”. Algo que comenzó como un mero gesto estilográfico

que, poco a poco, comenzó a derivarse al resto de los ámbitos cotidianos. Es éste uno de los motivos por los que algunos artistas del panorama contemporáneo nipón han dedicado parte de sus obras a reflexionar en torno a las peculiaridades, posibilidades y, en el caso de algunos, como el citado Takashi Murakami, las problemáticas que envuelven la reivindicación y presencia de lo *kawaii* en las campañas del movimiento *Cool Japan*²⁷. El análisis de estos artistas, entre los que destacarían Aya Takano, Chiho Aoshima, Yoshitomo Nara y Makoto Aida, entre otros, no es llevado a cabo de una forma meramente crítica. Esto se debe a que, ellos mismos, se consideran pertenecientes a ese fenómeno de lo *kawaii* del que, como declaraba el columnista Ishibara, es difícil escapar en el Japón contemporáneo. Se trataría entonces de reflexionar estéticamente sobre lo *kawaii* sumergiéndose dentro de ello, es decir, desde el propio fenómeno, para dar así cuenta de los posibles derroteros y derivaciones que el uso de esta “revolución” fallida puede tomar. De este modo, algunos como el caso de Mr., por ejemplo, se describen a sí mismo como *Otakus*, y su educación en el medio los convierten en exponente de un país en el que la realidad es la que es, independientemente de cómo les gustaría que hubiera podido o no podido ser. Según declara el artista, no concibe su existencia alejada de ese mundo de imágenes edulcoradas en el que ingresó desde joven; su arte sería reflejo de esa realidad, una realidad teñida de figuras adorables y monas, simbiotizadas a su vez, en su caso, de una cierta sexualización proveniente de la estética *lolicon*, de la que se considera deudor (fig. 2)²⁸.



Figura 2. El artista Mr. posando ante una de sus obras para la exposición “Sweeet” de 2013.

Esta es uno de los ejemplos que permiten plantearse una de las cuestiones más inmediatas que pueden derivarse del fenómeno: ¿hasta qué edad puede un adulto seguir siendo un “niño”? La prolongación en el tiempo de una psicología tal implica, a menudo, que los deseos sexuales, por ejemplo, reprimidos por aquellos que tratan de mantenerse en esa etapa de “pre-sexualidad y vulnerabilidad”, descrita por Kinsella, afloren a través de la compra, venta y creación de tebeos o series en las que estos protagonistas *kawaii*, sufren de las peores perversiones inimaginables: violaciones, abusos o pederastia marcan la tónica de algunas producciones que, en numerosas ocasiones, toman el seno de ese mundo dulce y esponjoso de lo *kawaii*²⁹. No es casualidad que lo siniestro (obviamente contextualizado en esta vertiente del arte contemporáneo japonés) sea una de las categorías presentes en los trabajos de estos artistas³⁰, trabajos a través de los cuales comienzan a reflexionarse las implicaciones y consecuencias de seguir

potenciando una estética como lo *kawaii*, ya no sólo de cara al mercado nacional, sino como estética referente de lo *cool* japonés, en el ámbito internacional³¹. La cuestión que se plantea entonces, previa a ese estadio de perversión que representaría la cara más desagradable de esta estética, es la de cómo se llega al punto de eclosión de una realidad infantilizada como lo es la de lo *kawaii*. Cómo llega a construirse ese contexto en el algunos artistas han desarrollado sus obras sus obras de modo “natural”³². Recordando las palabras de Kinsella, la revolución emergió de forma orgánica en el seno de una sociedad estrictamente reglada. Lo *kawaii* fue visto como un modo de huir del mundo adulto japonés, de sus valores y responsabilidades, pero no mediante una serie de manifestaciones o protestas organizadas y efervescentes, sino por desgaste, por extenuación. La contextualización histórica, así como la exposición de algunas de las diversas situaciones que lo hicieron evolucionar hasta definirse y alcanzar el

significado que hoy se le otorga en el mundo contemporáneo ha sido el objetivo de este artículo. A partir de él cabe plantearse cuáles serán las peculiaridades y las nuevas formas que lo *kawaii* irá tomando en los años sucesivos en los que, mediante eventos tan importantes como los Juegos Olímpicos de Tokio 2020, la proyección internacional de la cultura popular japonesa o las diversas estéticas que la pueblan se potenciarán aún más. Las reflexiones llevadas a cabo por algunos artistas del panorama contemporáneo japonés serán decisivas a este respecto.

Notas:

2. Cfr. CAREY, Peter, *Equivocado sobre Japón*, Barcelona, Mondadori, 2008, pp. 67-79.
3. OBATA, Kazukuyi, «*¿Hasta qué punto es mono lo Kawaii? La educación infantil en un Japón obsesionado por lo kawaii?*», en: <http://web-japan.org/nipponia/nipponia40/es/index.html>.
4. Cfr. KA'ICHIRO, Morikawa, «*How Moe transformed a neighborhood*», citado en: W. GALBRAITH, Patrick (ed.), *The Moe Manifesto: An Insider's Look at the World of Manga Anime and Gaming*, Singapur, Tuttle, 2014, pp. 155-156.
5. OBATA, Kazukuyi, «*¿Hasta qué punto es mono lo Kawaii? La educación infantil en un Japón obsesionado por lo kawaii?*», en: <http://web-japan.org/nipponia/nipponia40/es/index.html>.
6. Para un ejemplo de cómo la estética Kawaii comienza a desarrollarse en el mundo del arte Occidental véase: CHARUCA, Vargas (ed.), *I love Kawaii*, Barcelona, Monsa Ediciones, 2010, pp. 23-26.
7. TORIKAI, Shin-ichi, «*Creatividad Kawaii*», en: <http://web-japan.org/nipponia/nipponia40/es/index.html>.
8. Cfr. LANZACO SALAFRANCA, Federico, *La cultura japonesa reflejada en su lengua*, Madrid, Verbum, 2010, pp. 75-76; HIRAI, Makoto, «*El silencio como medio de expresión en la comunicación y su influencia en la enseñanza*», citado en: ALMAZÁN, David (ed.), *Japón: Arte, cultura y agua*, Zaragoza, Prensas Universitarias de Zaragoza, 2004, pp. 367-377; y TOMÁS AVELLANA, Laura, «*Haragei o la importancia del silencio*», en: <http://japonismo.com/blog/haragei-o-la-importancia-del-silencio>.
9. ISHIHARA, Soichiro, OBATA, Kazukuyi y KANNO, Kayoko (A modo de discusión), «*Kawaii, ¿cuál es su significado profundo?*», en: <http://web-japan.org/nipponia/nipponia40/es/index.html>.
10. NITTONO, Hiroshi, «*A behavioral science framework of understanding Kawaii*», citado en: *The Third International Workshop on Kansei*. Fukuoka, 2010, p. 81, en: https://ir.lib.hiroshima-u.ac.jp/files/public/29818/20141016172915203084/Nittono_Kansei2010.pdf.
11. Cfr. SHÔNAGON, Sei, *El libro de la almohada*, Madrid, Alianza Editorial, 2004, pp. 8-86.
12. Sobre la dificultad para desvelar conceptos o tradiciones profundamente arraigados en la cultura nipona ya habló Roland Barthes en la introducción a su obra *El imperio de los signos*. Cfr. BARTHES, Roland, *El imperio de los signos*, Barcelona, Seix Barral, 2007, pp. 3-5.
13. «*Ashamed or to feel like blushing due to a twinge of conscience*». NITTONO, Hiroshi, «*A behavioral science framework of understanding*

Kawaii”, en: https://ir.lib.hiroshima-u.ac.jp/files/public/29818/20141016172915203084/Nittono_Kansei2010.pdf.

14. La investigadora Alejandra Rodrígues Cunchillos ha realizado una introducción al fenómeno *kawaii* a través de una serie de artículos publicados en la revista *Ecos de Asia*. Cfr. RODRÍGUEZ CUNCHILLOS, Alejandra, «*Introducción al fenómeno kawaii*», en: <http://revistacultural.ecosdeasia.com/introduccion-al-fenomeno-kawaii-i/>.

15. Se trata éste de uno de los períodos claves en la reflexión en torno a lo *Kawaii* que los artistas japoneses contemporáneos están llevando a cabo mediante sus obras y textos teóricos. Respecto a ello, algunas obras significativas serían las del artista Takashi Murakami. Cfr. MURAKAMI, Takashi, *The Superflat Manifesto*, Tokio, Madra, 2000, pp. 5-15, y MURAKAMI, Takashi, Little Boy: The arts of Japan's exploding subculture, Yale University Press, Yale Bilingual Edition, 2005, pp. 136-138.

16. Cfr. KINSELLA, Sharon, «*Cuties in Japan*», citado en: SKOV, Lise y Moeran, Brian (eds.), *Women media and consumption in Japan*, Honolulu, Universidad de Hawaii, 1995, p. 222.

17. RODRÍGUEZ CUNCHILLOS, Alejandra, «*Introducción al fenómeno kawaii*», en: <http://revistacultural.ecosdeasia.com/introduccion-al-fenomeno-kawaii-i/>.

18. VARTANIAN, Ivan, *Drop dead cute: the new generation of women artists in Japan*, San Francisco, Chronicle, 2005, pp. 7-18.

19. Para un análisis de cómo los emoticonos presentes en los teléfonos móviles de todo el mundo

tienen su origen en este tipo de representación japonesa, véase: RODRÍGUEZ, Luis, «*El verdadero significado de los emoji japoneses*», en: <http://japonismo.com/blog/significado-emoji-japoneses>.

20. KAZUMA, Yamane, *Hentai Shôjo Moji no Kenkyû* (Anomalous Female Teenage Handwritting), citado en: SKOV, Lise y MOERAN, Brian, *Women media and consumption in Japan*, Honolulu, Universidad de Hawaii, 1995, p. 222.

21. Cfr. KAZUMA, Yamane, *Hentai Shôjo Moji no Kenkyû* (Anomalous Female Teenage Handwritting), citado en: SKOV, Lise y MOERAN, Brian, *Women media and consumption in Japan*, Honolulu, Universidad de Hawaii, 1995, p. 238-242.

22. Debe matizarse que la eclosión de lo *kawaii* contemporáneo impregna a la sociedad del momento, siendo difícil establecer una historicidad que apunté en qué ámbito surgió antes el fenómeno y como esté influyó al siguiente, y así sucesivamente. Puede concluirse que un mismo sentimiento emergió desde diversos entornos y que todos ellos se influenciaron entre sí. Debido a que se ha decidido recurrir al texto de Kinsella para proponer un cierto mapa mental que ayude al lector a organizar los diversos motivos que promulgaron la eclosión de lo *kawaii* contemporáneo, se ha dado un lugar de relevancia al papel de la escritura.

23. Las campañas del denominado *CoolJapan* llevan recurriendo desde hace décadas a los productos de la cultura popular que mayor interés causan en el extranjero. El manga y el anime, así como las diversas estéticas que lo pueblan (entre la que lo *kawaii* posee un papel preponderante) serían dos de los protagonistas más evidentes del fenómeno *CoolJapan*. Cfr. MCGRAY, Douglas, «*Japan's Gross National Cool*», en: http://aboutjapan.japansociety.org/japans_gross_

national_cool.

24. Cfr. MAZUR, Dan y ALEXANDER, Danner, Cómics. *Una historia global*, desde 1968 hasta hoy, Barcelona, Blume, 2014, pp. 68-78.

25. Para un análisis comparativo entre la obra de uno de los impulsores más importantes del *manga* contemporáneo, Osamu Tezuka, y su influencia en el desarrollo de la estética *Kawaii* y el resto de las sub-estéticas con las que se la relaciona, véase: MORIKAWA, Kaichiro, «Shuto no tanjo: moerutoshi Akihabara (Learning from Akihabara: the birth of a personapolis)», citado en: W. GALBRAITH, Patrick, Th *eOtaku Encyclopedia: A insider's guide to the subculture of CoolJapan*. USA, Kodansha, 2014, pp. 11-12.

26. KINSELLA, Sharon, «*Cuties in Japan*», citado en: SKOV, Lise y Moeran, Brian (eds.). *Women media and consumption in Japan*. Honolulu, Universidad de Hawaii, 1995, p. 243.

27. Cfr. T. B., «*Japan's soft power. Squaring the cool*», en: <http://www.economist.com/blogs/banyan/2014/06/japans-soft-power>.

28. Cfr. ZICARELLI, Guillaume, Live on: *Mr's Japanese Neo-pop* (Documental), en: <https://www.youtube.com/watch?v=Ujn7KTIkFJI>.

29. El intento por prolongar en el tiempo esa etapa correspondiente a la infancia y desde donde se derivarían parte de los traumas que se están tratando ha sido denominado por el psicólogo K. Okonogi “*Moratoria Nigen*”. Cfr: OKONOGI, K., «*Moratorium ningen no jidai* (The Age of Moratorium people)», citado en: KINSELLA, Sharon, «*Japanese Subculture in the 1990s: Otaku and the Amateur Manga Movement*», *Journal of Japanese Studies*, vol. 24, 1998, p. 292.

30. Las imbricaciones entre la pintura y el cómic se alza como tema de debate tanto en el ámbito académico japonés como en los países de Occidente. Respecto al primero cabría destacar el caso de investigadoras como B. Koyama-Richard. Del mismo modo, en España, análisis como el de Gascal y Mensuro permiten un acercamiento histórico-artístico del tema mientras otros como el de Domingo Hernández llevan a cabo sus discursos desde el ámbito de la reflexión estética. Ello evidencia un interés global y creciente por parte de los artistas y teóricos del arte con respecto al mundo de la viñeta. Cfr. KOYAMA-RICHARD, Brigitte, *Mil años de Manga*, Barcelona, Electa, 2008; HERNÁNDEZ SÁNCHEZ, D. «*Denotando acontecimientos. Arte y destrucción en la novela gráfica*», *Revista de Occidente*, vol. 429, 2017, y GASCA, L. y MENSURO, A. *La pintura en el cómic*. Madrid, Cátedra, 2014.

31. Las derivaciones de lo *Kawaii* como son el *Kimowaii* (lo *kawaii*-extraño) y el *Erokawa* (mezcla de lo erótico y adorable) son explotadas por algunos de los artistas citados a lo largo del artículo.

32. Cfr. TAMARI, Yusuke, Makoto Aida: *Cynic in the Plapyground*. (Documental), 2004.

Bibliografía

- ALMAZÁN, David (ed.), *Japón: Arte, cultura y agua*, Zaragoza, Prensas Universitarias de Zaragoza, 2004.
- BARTHES, Roland, *El imperio de los signos*, Barcelona, Seix Barral, 2007.
- CAREY, Peter, *Equívocado sobre Japón*, Barcelona, Mondadori, 2008.
- GASCA, L. y MENSURO, A. *La pintura en el cómic*, Madrid, Cátedra, 2014.
- HERNÁNDEZ SÁNCHEZ, Domingo. «*Denotando*

- acontecimientos. Arte y destrucción en la novela gráfica», *Revista de Occidente*, vol. 429, 2017.
- ISHIHARA, Soichiro, OBATA, Kazukuyi y KANNO, Kayoko (A modo de discusión) «*Kawaii, ¿cuál es su significado profundo?*», en: <http://web-japan.org/nipponia/nipponia40/es/index.html>.
- KINSELLA, Sharon, «*Japanese Subculture in the 1990s: Otaku and the Amateur Manga Movement*», *Journal of Japanese Studies*, vol. 24, 1998.
- KOYAMA-RICHARD, Brigitte, *Mil años de Manga*, Barcelona, Electa, 2008.
- LANZACO SALAFRANCA, Federico, *La cultura japonesa reflejada en su lengua*, Madrid, Verbum, 2010.
- MAZUR, Dan y ALEXANDER, Danner, *Cómics. Una historia global, desde 1968 hasta hoy*, Barcelona, Blume, 2014.
- MCGRAY, Douglas, «*Japan's Gross National Cool*», en: http://aboutjapan.japansociety.org/japans_gross_national_cool.
- MURAKAMI, Takashi, *The Superflat Manifesto*, Tokio, Madra, 2000.
- MURAKAMI, Takashi, Little Boy: The arts of Japan's exploding subculture, Yale University Press, Yale Bilingual Edition, 2005.
- NITTONO, Hiroshi, «*A behavioral science framework of understanding Kawaii*», en: https://ir.lib.hiroshima-u.ac.jp/files/public/29818/20141016172915203084/Nittono_Kansei2010.pdf.
- OBATA, Kazukuyi, «*¿Hasta qué punto es mono lo Kawaii? La educación infantil en un Japón obsesionado por lo kawaii?*», en: <http://web-japan.org/nipponia/nipponia40/es/index.html>.
- RODRÍGUEZ CUNCHILLOS, Alejandra, «*Introducción al fenómeno kawaii*», en: <http://revistacultural.ecosdeasia.com/introduccion-al-fenomeno-kawaii-i/>
- RODRÍGUEZ, Luis, «*El verdadero significado de los emoji japoneses*», en: <http://japonismo.com/blog/significado-emoji-japoneses>.
- SKOV, Lise y MOERAN, Brian, *Women media and consumption in Japan*, Honolulu, Universidad de Hawaii, 1995.
- SHÔNAGON, Sei, *El libro de la almohada*, Madrid, Alianza Editorial, 2004.
- TAMARI, Yusuke, Makoto Aida, *Cynic in the Playground*, (Documental), 2004.
- TOMÁS AVELLANA, Laura, «*Haragei o la importancia del silencio*», en: <http://japonismo.com/blog/haragei-o-la-importancia-del-silencio>.
- T. B., «*Japan's soft power. Squaring the cool*», en: <http://www.economist.com/blogs/banyan/2014/06/japans-soft-power>.
- TORIKAI, Shin-ichi, «*Creatividad Kawaii*», en: <http://web-japan.org/nipponia/nipponia40/es/index.html>.
- VARTANIAN, Ivan, *Drop dead cute: the new generation of women artists in Japan*, San Francisco, Chronicle, 2005.
- ZICARELLI, Guillaume, *Live on: Mr's Japanese Neo-pop* (Documental), 2015.
- W. GALBRAITH, Patrick (ed.), *The Moe Manifesto: An Insider's Look at the World of Manga Anime and Gaming*, Singapore, Tuttle, 2014.
- W. GALBRAITH, Patrick, *The Otaku Encyclopedia: A insider's guide to the subculture of Cool Japan*, USA, Kodansha, 2014.



El País del Sol Naciente para todos los gustos: cuatro razones más para amar a Japón¹

Fernando Cid Lucas
Asociación Española de Orientalistas (UAM)
fernandocidlucas@gmail.com

La palabra apropiada sería “abrumado”. Abrumado por tanto y tan bueno. Eso es lo que está sintiendo el panorama editorial dedicado a Japón. Como vengo escribiendo desde hace ya bastante tiempo en esta revista, las publicaciones sobre dicho país asiático se multiplican y ofrecen una variedad y una calidad cada vez mayor. Y no me circunscribo tan sólo al ámbito nacional: Teresa Ciapparoni, Irene Starace o María Teresa Trisciuuzzi en Italia, Pierre-François Souyri y Corinne Atlan (entre otros) en Francia; o Ana Fernandes Pinto en Portugal están participando de este fenómeno en sus respectivos países.

En cuanto a novedades, reconozco que no sabía mucho de la editorial sevillana Héroes de papel; ahora sé que publica muy buenos libros, hechos con buen gusto, y que tiene un buen número de seguidores. Son libros de un formato resistente, que contienen argumentos resistentes, como *Sensei. Diálogos con maestros del videojuego japonés*, de Luis García Navarro², del que no hay que perderse ni un epígrafe. Lo distinto de esta editorial -que cuenta con un catálogo digno de respeto- es que sus responsables han sabido fijarse en una de las vías (con el sentido del *dō* nipón) por la que muchos de los que hoy nos interesamos por Japón llegamos a él: el mundo de los videojuegos, el manga o el anime. Y lo han hecho bien. A día de hoy, Héroes de papel se ha ocupado de la historia de Nintendo, o del *Final Fantasy*, sin cuya existencia no se comprende la adolescencia de mi generación. Quienes se pregunten el

porqué de muchos de los videojuegos que nos acompañaron en nuestra infancia tendrán aquí las respuestas, y están justificadas también desde un punto de vista antropológico o cultural. En el interior de *Sensei: Diálogos con maestros del videojuego japonés* hay verdaderas lecciones que valen para cualquier ámbito de los estudios sobre Japón. Señalo sólo dos (insertas en sendas entrevistas), que justificarían ya la lectura de todo el libro. La primera es de Masamitsu Niitani, fundador de la compañía *Compile*, que desarrolló juegos tan míticos como *Zanac* o *Aleste*: “La cultura japonesa, resumida en el perfeccionismo, el servilismo y la proliferación, que dan forma a nuestra manera de pensar, se palpa en nuestros juegos³. ” No es sólo el espacio del videojuego de lo que se está hablando -y esto vale para todo el libro-, es la cultura japonesa la que se está diseccionando con tan pocas palabras, y que, de paso, define al pueblo nipón. La segunda cita es de Toru Iwatani, el creador del celebérrimo (y adictivo) *Pac Man*: “Más que la psicología, lo que hay detrás de los juegos es la cultura⁴. ” Eso es lo que hay tras la portada de este libro, aparentemente dedicado a los videojuegos: un análisis de los japoneses hecho por los propios japoneses. De Italia recibí, hace apenas unos meses, un libro cabal, fruto de una investigación profunda y útil (no en vano, va ya por su cuarta edición y se ha citado en numerosos artículos seminales): *Miyazaki. Sguardi oltre la nebbia*, de María Teresa Trisciuuzzi⁵; en donde, por ejemplo, se unen la poesía

de d'Annunzio y Carducci con el cine de Miyazaki en el trascendental respeto de los jóvenes hacia las personas ancianas. Lo que ha conseguido Trisciuzzi, con esta completa monografía, es la plasmación por escrito del pensamiento de Miyazaki, va más allá de la fascinación estética para llevar al lector hacia los principios filosóficos que mueven el cine de este gran creador japonés. En absoluto arduo, aunque Trisciuzzi haya diseccionado, como digo, cada elemento de la poética de Miyazaki desde una perspectiva académica, enunciando lo que en muchos aspecto ya sabíamos que era así, y que también ha afectado al cine de animación: "Le cicatrici riportate dal Giappone dopo la Seconda guerra mondiale influenzano la vita del suo popolo". Ahora, el comic, el cine de animación o los videojuegos se estudian, se sistematizan en las aulas de las universidades. Se han superado prejuicios y, como ha hecho Trisciuzzi, se ha encontrado poesía, filosofía y ética en los fotogramas de Miyazaki, tan hondo ha explorado que quien quiera hacer un estudio serio sobre el director de *La princesa Mononoke* debería leer el libro editado por la casa Carocci.

"Atacar los libros malos no es sólo una pérdida de tiempo, sino también un peligro para el carácter". Me apoyo en esta frase de Auden para "justificar" que traigo aquí sólo lo que me gusta; también porque me parecería una pérdida de tiempo reseñar lo malo y dejar de compartir aquello con lo que disfruto, aquello que ha tenido en mí un efecto positivo como lector, que es lo que quiero contagiar, y no la desgana y aburrimiento que me producen otras lecturas, por muy bien maquetadas y editadas que estén. Por ello, no me importa que esta sea una reseña poco respetuosa, que sólo tiene tratos con las novedades editoriales, escrupulosa con el tiempo, y me permito

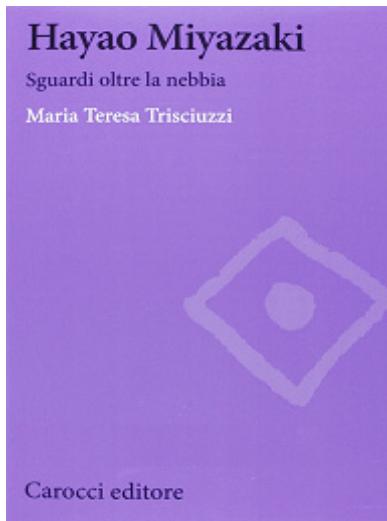
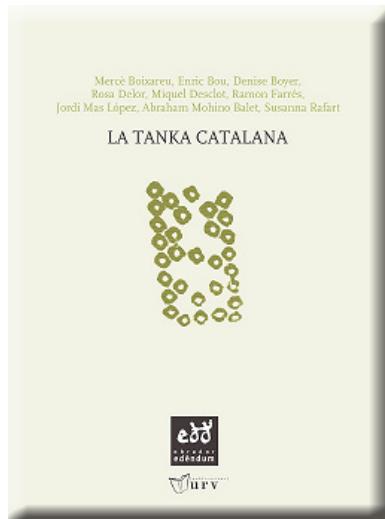
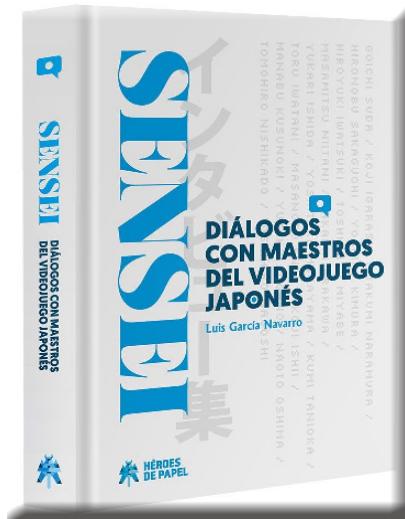
por esto "rescatar" libros que he descubierto, eso sí, recientemente, como el sorprendente *La tanka catalana*⁷, un libro único en su especie. Huelga decir que los anaqueles están ya llenos de antologías y estudios sobre el haiku, y eso es bueno, pero que se conozca su antecedente directo es aún mejor. Aunque el libro se centra en la llegada y recepción de la tanka en Cataluña, no faltan los trabajos, como los del propio *curator*, o el de Susanna Rafart, en donde se dan al lector unas buenas coordenadas sobre la estructura o la intención de la tanka, que completarán parte del fresco que retrata la llegada de la poesía japonesa en Europa. Con este libro se entiende una parcela interesante de la poesía en catalán, la que cubre el exotismo de una estrofa que importó a Octavio Paz o a Borges, pero, como digo, también da una explicación de su propia naturaleza y deja el camino desbrozado para quien quiera practicarla.

Notas:

1. Siquiera en forma de breve nota a pie de página, y por falta de espacio, celebramos en *Kokoro* el último número de la revista que sentimos como hermana: *Hojas en la acera*, nº 9, junio de 2017, en donde el grueso de sus artículos se dedica a lo sagrado en el haiku, con trabajos, entre otros, de sus mejores traductores al español: Fernando Rodríguez-Izquierdo y Vicente Haya.
2. Sevilla, Héroes de papel, 2017.
3. GARCÍA NAVARRO, Luís, *Sensei. Diálogos con maestros del videojuego japonés*, Sevilla, Héroes de papel, 2017, p.101.
4. GARCÍA NAVARRO, Luís, *Op. Cit.*, p.193.
5. Roma, Carocci Editore, 2017 (4º edición).

6. TRISCIUZZI, Maria Teresa, *Hayao Miyazaki. Sguardi oltre la nebbia*, Roma, Carocci Editore, 2017 (4º edición), p. 13.

7. VV.AA. (Jordi Mas ed.), Santa Coloma de Queralt, Edènsum, 2011.



TRES HAIKUS

I.

Tierra y chicharras;
cansina pasta una vaca.
Sigo sudando.

II.

Oler la lluvia...
Apenas puedes trepar
la hormiga alada.

III.

Cada encina
sobre su alfombra leve.
Niebla otoñal.

Manuel Pozo Díaz

DOS HAIKUS

I.

Nube desvaída:
sobre la campana
desaparece.

II.

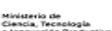
Taraceas amarillas;
tras un mantel de trigo
el tren dibuja su estela.

María Jesús Manzanares

Esta revista se encuentra indexada en:



Berlin Social Science Center



HISPANA



Número patrocinado por:

