

LA DIFUSIÓN DEL CINE JAPONÉS EN LAS SALAS CINEMATOGRAFICAS DE ESPAÑA (2009-2015)

Francisco Javier López Rodríguez
Graduate School of Letters, Nagoya University (Japón)

RESUMEN

Las obras cinematográficas cumplen una importante función de mediación cultural, puesto que, a través de ellas, se accede al imaginario, al idioma, a la historia y a multitud de aspectos socio-culturales de sus países de origen. No obstante, la difusión de las mismas se encuentra marcada por una serie de condicionantes económicos, culturales, tecnológicos y políticos que, en gran medida, determinan el número y las características de los largometrajes que se pueden visionar en un territorio. El presente artículo analiza los largometrajes japoneses estrenados en las salas cinematográficas españolas durante el periodo comprendido entre los años 2009 y 2015.

INTRODUCCIÓN

Desde finales de la Segunda Guerra Mundial, los progresivos desarrollos tecnológicos, el asentamiento del capitalismo como sistema económico dominante, así como los continuos trasvases transnacionales de poblaciones y recursos, han contribuido a reforzar la idea de que vivimos en un mundo cada vez más globalizado. La difusión de obras culturales procedentes de países remotos y pertenecientes a una tradición cultural distinta a la nuestra es un ejemplo evidente del paulatino reconocimiento y apreciación de la interculturalidad. Sin embargo, no todos los países ocupan la misma posición en las industrias culturales globales. Tal y como señaló Appadurai: "the new global economy has to be understood as a complex, overlapping, disjunctive order, which cannot any longer be understood in terms of existing center-periphery models" (1990: 296). Así, a pesar del rol dominante de la producción cultural de los Estados Unidos (música, cine, televisión), a partir de la década de los años 90 Japón ha venido convirtiéndose en una fuerza global generadora de productos comunicativos ampliamente consumidos en todo el mundo. A través de cómics, series de animación,

videojuegos, películas o ciertos géneros musicales, la cultura popular japonesa ha ido introduciéndose en el imaginario global. Iwabuchi plantea que: "the rise of Japanese cultural export can (...) be read as a symptom of the shifting nature of transnational cultural power in a context in which intensified global cultural flows have decentered the power structure and vitalized local practices of appropriation and consumption of foreign cultural products and meanings" (2002: 35). No obstante, resulta necesario reflexionar sobre si verdaderamente la difusión de productos culturales en la era de la globalización económica ha propiciado una mayor accesibilidad a obras cinematográficas procedentes de otras latitudes y de qué modo estas transacciones afectan a la percepción de identidades culturales foráneas.

El presente artículo aborda la difusión internacional del cine japonés en el contexto de la globalización a partir del análisis de la exhibición de largometrajes japoneses en las salas de cine españolas. Para ello, se parte de la premisa de que existen diversas vías de distribución de cine japonés en España (comerciales, culturales, institucionales o digitales) y que cada una de ellas presupone una política de selección de títulos determinada así como un marco de recepción específico. Estas vías de difusión son muy importantes porque, en última instancia, determinan la imagen que las audiencias españolas construyen del cine nipón y, por extensión, de la sociedad japonesa. En este artículo nos centraremos en la vía comercial, es decir, el procedimiento por el cual una empresa distribuidora adquiere los derechos para difundir y exhibir (de modo directo o indirectamente a través de licencias y concesiones) una obra audiovisual con fines lucrativos. Así, pues, nuestro objeto de estudio serán las producciones cinematográficas japonesas cuyos derechos de explotación han sido comprados por compañías distribuidoras que operan en España. Este proceso conlleva varias operaciones que afectan directamente tanto al número como a las características de los films, además de determinar las condiciones de visionado: operaciones de selección (las empresas distribuidoras eligen los títulos que licencian en función de sus previsiones de ingresos económicos), de mediación (las distribuidoras son las encargadas de optar por el doblaje o el subtulado de la obra, además de encargar dicha operación a traductores, subtituladores y dobladores), y de promoción (estas compañías suelen encargarse de la organización de campañas de comunicación, la elaboración

de notas de prensa, o del diseño de pósters y materiales publicitarios con el fin de dar a conocer el producto). Asimismo, dentro de la vía comercial podemos distinguir diversos canales de explotación, tales como la exhibición cinematográfica, la venta o alquiler del film en formatos domésticos (VHS, DVD, Blu-ray), la retransmisión de la obra por canales de televisión, o la opción de adquirir o alquilar el film a través de vías digitales (video bajo demanda, *streaming*). Todos ellos comparten entre sí la existencia de una transacción comercial a través de la cual la empresa distribuidora obtiene un beneficio económico gracias al visionado del largometraje por parte de la audiencia. Ya sea en forma de entrada de cine, cuota de alquiler en un video-club, o pago de licencia de exhibición por parte de cadenas de televisión o empresas de video online como Netflix, la película genera un valor económico para sus distribuidores y/o exhibidores.

Como vemos, en este contexto mercantil el valor de la película no radica en su excelencia formal o narrativa como obra artística ni en su importancia simbólica como emblema de una cultura diferente. Dichos aspectos serán relevantes siempre y cuando contribuyan a reforzar el valor económico de los films, pues las películas son mercancías que las empresas productoras, distribuidoras y exhibidoras comercializan con el fin de obtener un excedente económico una vez recuperada la inversión inicial que requirió el producto. Teniendo en cuenta estas observaciones iniciales, a continuación se procede a analizar la exhibición de films japoneses en salas cinematográficas españolas durante el periodo comprendido entre los años 2009 y 2015.

ANÁLISIS CUANTITATIVO

En primer lugar, procederemos a ofrecer un análisis cuantitativo del número de largometrajes japoneses estrenados en salas de cine españolas. Para ello, contrastaremos el número de films estrenados en España con los exhibidos en Japón para determinar la proporción exacta según el año de producción del largometraje. La figura 1 muestra la abismal diferencia existente entre ambos países, teniendo en cuenta que para establecer los datos de estrenos en España nos hemos basado en la información sobre películas calificadas por el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA).

Figura 1. Número de películas japonesas estrenadas en salas de cine en Japón y en España.

Año	Films japoneses estrenados en Japón¹	Films japoneses estrenados en España²
2009	448	5
2010	408	6
2011	441	8
2012	554	4
2013	591	6
2014	615	5
2015	581	1
Total	3.638 films	35 films

Las cifras totales muestran que apenas un escaso 0,96 % de las películas estrenadas en Japón han llegado a nuestras salas de cine. Mientras que en Japón se estrenaron 3.638 largometrajes, en España únicamente se exhibieron 35 títulos nipones producidos en el periodo comprendido entre 2009 y 2015. Es decir, el cine japonés ocupa en las salas de cine españolas una presencia prácticamente nula y podemos considerarlo como una cinematografía poco relevante en términos económicos. La industria de la exhibición cinematográfica en España se encuentra dominada por las producciones norteamericanas, seguidas de los títulos españoles y luego de otros países europeos, de modo que los films procedentes de otras latitudes son muy escasos y suelen pasar desapercibidos para el espectador mayoritario debido a su exhibición en un bajo número de salas (en contadas ocasiones se realizan estrenos a nivel nacional), a su estreno en versión original por no considerarse rentable el doblaje (con la consiguiente pérdida de público), o a la insignificante inversión en publicidad, de modo que estas producciones

¹ Datos extraídos de la web de la Motion Pictures Producers Association Japan. Información disponible online en http://eiren.org/statistics_e/index.html (consultado el 9 de febrero de 2016).

² Datos extraídos de la web del ICAA de España. Información disponible online en <http://www.mcu.es/bbddpeliculas/cargarFiltro.do?layout=bbddpeliculas&cache=init&language=es> (consultado el 9 de febrero de 2016). Las cifras indican el número de películas japonesas producidas en dicho año que han sido calificadas por el ICAA para su estreno en las salas cinematográficas de España, independientemente del año en que se haya estrenado el film.

terminan siendo invisibilizadas por las grandes campañas de promoción que usan los estrenos estadounidenses.

El análisis llevado a cabo también permite detectar la existencia de un cierto desfase temporal entre la exhibición de un film en Japón y su paso por las pantallas de España. Así, es frecuente que las películas japonesas se estrenen con uno o dos años de retraso respecto a su aparición en las salas niponas, ya que los procesos de adquisición de licencias, traducción, elaboración de copias y distribución requieren tiempo. Por ejemplo, el film *Air Doll* (Hirokazu Koreeda) fue exhibido en Japón el año 2009, pero su estreno en salas españolas se produjo en 2010. Por ello, el análisis cuantitativo que se ha realizado³ debe entenderse como abierto, pues es probable que el número de largometrajes japoneses producidos en 2015 exhibidos en España aumente en un futuro próximo según vayan apareciendo a lo largo de los años siguientes.

En cuanto al número de espectadores, la figura 2 recoge los diez títulos japoneses producidos entre 2009 y 2015 más vistos en las salas cinematográficas españolas. Así, podemos comprobar cuán exitosos han resultado ser los largometrajes protagonizados por el icónico gato-robot del futuro Doraemon. La habitual emisión de la serie de televisión que protagoniza este personaje, su atractivo entre diversas generaciones de espectadores, y su consideración como personaje adecuado para un público infantil explican el éxito de estas producciones. En conjunto, los films *Stand by me Doraemon* (2014) y *Doraemon y Nobita Holmes en el misterioso museo del futuro* (2013) alcanzaron más de dos millones y medio de euros en recaudación, superando con creces los ingresos generados por las producciones del famoso Studio Ghibli.

³ Este artículo se basa en los datos de películas calificadas para su exhibición según el ICAA atendiendo a la fecha de producción del largometraje original japonés. Si se aplica otro criterio, como por el ejemplo, la fecha de exhibición de películas japonesas en España, el resultado varía. Para conocer esta segunda aproximación, se recomienda consultar los Anuarios de Cine elaborados por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

Figura 2. Películas japonesas estrenadas en salas de cine más vistas en España.

Año	Título español del largometraje	Estreno en España	Número de espectadores	Ingresos⁴
2014	<i>Stand by me Doraemon</i>	2014	278.244	1.632.045,06 €
2013	<i>Doraemon y Nobita Holmes en el misterioso museo del futuro</i>	2013	162.687	965.068,61 €
2011	<i>Arrietty y el mundo de los diminutos</i>	2011	64.998	390.209,64 €
2013	<i>El viento se levanta</i>	2014	60.019	366.613,32 €
2013	<i>Dragon Ball Z Battle of Gods</i>	2014	56.386	346.268,51 €
2013	<i>De tal padre, tal hijo</i>	2013	54.925	342.177,16 €
2013	<i>Una familia de Tokio</i>	2013	51.615	337.672,09 €
2010	<i>Tokio Blues (Norwegian Blues)</i>	2011	45.982	290.517,78 €
2015	<i>Dragon Ball Z: La resurrección de F</i>	2015	31.613	199.654,22 €
2013	<i>Capitán Harlock</i>	2015	26.802	151.295,39 €
2011	<i>Kiseki (Milagro)</i>	2012	16.808	105.204,56 €

En términos generales, los 35 films japoneses analizados alcanzaron un total de 922.484 espectadores y unos ingresos de 5.544.799,24 de euros. La web del ICAA no ofrece datos sobre el número de salas en las que se exhibieron estos largometrajes ni su ubicación geográfica, por lo que resulta imposible establecer correlaciones entre estos factores. No obstante, atendiendo a la información existente sobre estrenos específicos y al hecho de que ciertos films se exhibieran en el contexto de festivales de cine o eventos dedicados a la cultura popular japonesa, podemos sugerir que los films japoneses tienden a ser estrenados en grandes ciudades de la geografía española (principalmente Madrid y Barcelona),

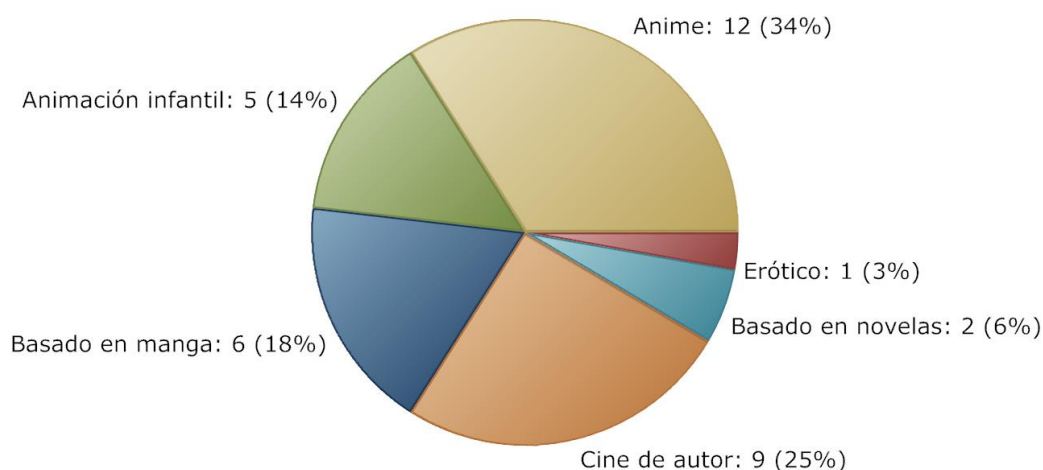
⁴ Datos de ingresos extraídos de de la web del ICAA de España. Información disponible online en <http://www.mcu.es/bbddpeliculas/cargarFiltro.do?layout=bbddpeliculas&cache=init&language=es> (consultado el 9 de febrero de 2016).

puesto que la oferta cultural suele ser más amplia y existen diversas salas que exhiben largometrajes en versión original.

ANÁLISIS CUALITATIVO

A continuación, se procede a clasificar los films japoneses producidos en el periodo comprendido entre 2009-2015 que han sido estrenados en las salas cinematográficas españolas atendiendo a sus características principales como obra audiovisual. Se tendrán en cuenta factores como el tipo de imagen utilizada (fotográfica o de animación), las temáticas de los films, la popularidad del director, o la conexión con otros productos comunicativos, tales como novelas o cómics. La figura 3 muestra los resultados de esta clasificación.

Figura 3. Films japoneses estrenados en salas de cine españolas divididos según el tipo de obra.



Con un total de 17 estrenos, los films de animación suponen prácticamente la mitad de las producciones niponas estrenadas en nuestras pantallas de cine. Podemos encontrar dos tipos de largometrajes de animación japonesa. Por un lado estarían aquellas producciones que encajan claramente en la categoría de *anime*, entendiendo por tal un tipo de película animada reconocible por su estética, diseño, narrativa y núcleos temáticos⁵. En este grupo podemos ubicar las películas que surgen como secuelas o *remakes* de obras populares que han gozado de éxito

⁵ Para más información sobre los rasgos del *anime* como estilo audiovisual consulte Napier (2005) y Lamarre (2009).

previo en España gracias a la comercialización del cómic o serie de animación. Destacan los films pertenecientes a las franquicias *Evangelion*⁶, obra de ciencia ficción protagonizada por adolescentes encargados de pilotar robots gigantes con el fin de proteger a la humanidad; *Dragon Ball*⁷, famosa historia de acción y aventuras cuya premisa consiste en la existencia de unas bolas mágicas que conceden deseos a quien las reúne; *Full Metal Alchemist*⁸, ambientada en un mundo donde existe la alquimia; o *Los Caballeros del Zodiaco*⁹, donde la mitología griega se usa como base para la caracterización de los personajes. Estas obras ofrecen relatos de acción y aventura con eventuales toques de comedia, personajes carismáticos fácilmente reconocibles y un alto grado de implicación emocional para sus seguidores, a quienes podemos considerar en muchos casos como *fans*. Frente a estas franquicias creativas, en el caso de los films realizados por el Studio Ghibli el aspecto más destacable probablemente sea la imagen de marca y el aura de prestigio que ha conseguido este estudio de animación gracias a la calidad artística de sus obras¹⁰. Las películas del Studio Ghibli van más allá de la audiencia joven que generalmente consume *anime* y gozan de buena acogida entre un amplio sector del público. Así, es posible que espectadores que habitualmente no consumen cine de animación sí que presten atención a las creaciones de este estudio, pues vienen avaladas por su éxito crítico. Un tercer grupo de películas de *anime* englobaría a ciertas producciones cuyos referentes inmediatos quizás sean más oscuros para el espectador general español (novelas editadas en Japón, cómics de autores clásicos como Osamu Tezuka o Leiji Matsumoto) pero que se benefician de la consideración de la animación japonesa como producto dirigido a un público adulto¹¹. Por el otro lado, se ha detectado la presencia de películas japonesas de animación orientadas a un público infantil en las que, salvo casos puntuales en los

⁶ *Evangelion 2.0 You can (not) advance* (Hideaki Anno, 2009) y *Evangelion 3.33 You can (not) redo* (Hideaki Anno, Kazuya Tsurumaki, 2012).

⁷ *Dragon Ball Z Battle of Gods* (Masahiro Hosoda, 2013) y *Dragon Ball Z: La resurrección de F* (Tadayoshi Yamamuro, 2015).

⁸ *Fullmetal Alchemist (La estrella sagrada de Milos)* (Kazuya Murata, 2010).

⁹ *Los Caballeros del Zodiaco: La leyenda del santuario* (Keichi Sato, 2014).

¹⁰ *Arrietty y el mundo de los diminutos* (Hiromasa Yonebayashi, 2011) y *El viento se levanta* (Hayao Miyazaki, 2013).

¹¹ *Colorful* (Keiichi Hara, 2010), *Buda (el gran viaje)* (Kozo Morishita, 2011), *Capitán Harlock* (Shinji Aramaki, 2013) y *La isla Giovanni* (Mizuho Nishikubo, 2014).

que aparecen personajes muy conocidos como Doraemon, el origen japonés de la producción no resulta tan obvio para la audiencia¹².

Tras la animación japonesa, el siguiente tipo de película japonesa exhibida en España más común encajaría en la categoría de cine de autor. Según las teorías del autor, se considera que, a pesar de su naturaleza industrial y de tratarse de un producto creado colectivamente por un amplio número de personas, las películas pueden verse como la expresión de la voluntad artística de un individuo, en concreto, el director que firma la obra (Stam, 2000: 83-91). Esta aproximación permite considerar todos los largometrajes de un director como manifestaciones individuales que componen, en conjunto, un discurso característico en el que diversos temas, preocupaciones, estructuras narrativas o rasgos de estilo se repiten. La figura del autor proporciona una pauta para interpretar films procedentes de un contexto cultural distinto, puesto que las características propias del contexto histórico, político o social en el que se ubica la obra se subordinan a los rasgos estilísticos del cineasta y su universo propio, ofreciendo así al espectador una pauta de interpretación asequible. Entre los directores japoneses estrenados en España podemos distinguir dos tipos, según su adscripción a un estilo audiovisual más bien clásico o modernista¹³. Por un lado, las obras de directores como Hirokazu Koreeda¹⁴ y Yoji Yamada¹⁵ se caracterizan por ofrecer dramas familiares basados en los conflictos cotidianos de personas corrientes usando un estilo audiovisual austero, en apariencia sencillo, que apenas llama la atención sobre sí mismo. Tanto los temas como los recursos visuales que usan estos directores recuerdan hasta cierto punto al cine clásico de Yasujiro Ozu, un referente mundial. Estas obras, de ritmo lento y carácter íntimo, construyen una imagen de Japón vinculado a lo tradicional, a lo cotidiano, y suelen ser reconocidas por la crítica cinematográfica. Por el otro lado, también gozan de éxito en nuestro país las obras de cineastas como Takeshi Kitano¹⁶ y Takashi Miike¹⁷, quienes se

¹² *La isla de los recuerdos y el espejo mágico* (Shinsuke Sato, 2009), *La gran aventura de la abeja Hutch* (Tetsuro Amino, 2010), *Friends (aventuras en la isla de los monstruos)* (Ryuichi Yagi, Takashi Yamazaki, 2011), *Doraemon y Nobita Holmes en el misterioso museo del futuro* (Yukiyo Teramoto, 2013) y *Stand by me Doraemon* (Ryuichi Yagi, Takashi Yamazaki, 2014).

¹³ Para conocer mejor los rasgos de los estilos clásicos, modernos y postmodernos del cine japonés, consulte las obras de Russell (2011), Desser (1988) y Cueto (2003).

¹⁴ *Air Doll* (2009), *Kiseki (Milagro)* (2011) y *De tal padre, tal hijo* (2013).

¹⁵ *Una familia de Tokio* (2013) y *La casa del tejado rojo* (2014).

¹⁶ *Outrage* (2010).

adscriben, básicamente, a un estilo post-moderno caracterizado por una ruptura respecto a las convenciones fílmicas japonesas en pos de un modo de expresión más propio y personal. Hay que destacar que las obras de estos directores se adscriben, además, a dos géneros específicos del cine japonés como son los films centrados en la *yakuza* (la mafia japonesa) y los largometrajes ambientados en el pasado feudal japonés (*jidaigeki*). A través de las convenciones de estos géneros, popularizados por cineastas clásicos como Akira Kurosawa, el espectador occidental posee un marco de interpretación que le permite disfrutar del relato sin tener que actualizar su visión de la cultura japonesa, que en estas obras se vincula con la masculinidad, la violencia, el honor y la muerte. Quizás debido a la imagen orientalista que desprenden, muchos espectadores se sienten atraídos por estas producciones. Otras películas de autor han sido estrenadas en nuestro país en el marco de festivales de cine¹⁸ o directamente en DVD¹⁹.

El siguiente grupo de películas más numeroso se compone de 6 largometrajes de imagen real basados en cómics japoneses. Estas adaptaciones de manga con actores de carne y hueso básicamente se dirigen hacia el público joven familiarizado con las obras en las que se basan, pero el hecho de que no sean películas animadas permite que puedan llegar quizás a un público más amplio. Dentro de los títulos estrenados, podemos destacar la gran cantidad de films de ciencia ficción²⁰. Estos films presentan grandes dosis de acción y se desarrollan en un futuro cercano donde podemos ver robots, armas de alto nivel tecnológico o incluso naves espaciales, por lo que en cierto modo se vinculan con el tecno-orientalismo. El film restante, *Kenshin, el guerrero samurái* (Keishi Otomo, 2012), es una variante postmoderna del *jidaigeki* cuyas secuelas han sido editadas en DVD²¹.

¹⁷ *13 asesinos* (2011) y *Harakiri, muerte de un samurái* (2012).

¹⁸ *Sobre el cielo rosa (About the Pink Sky)* (Keiichi Kobayashi, 2011).

¹⁹ *Confessions* (Tetsuya Nakashima, 2010), *Outrage 2* (Takeshi Kitano, 2012) y *El mundo de Kanako* (Tetsuya Nakashima, 2014). Al no haber datos sobre su estreno en salas cinematográficas según la web del ICAA, estos films no se han computado en los cuadros y gráficos de este artículo.

²⁰ *20th Century Boys 2. La última esperanza* (Yukihiko Tsutsumi, 2009), *20th Century Boys 3. Redención*. (Yukihiko Tsutsumi, 2009), *Space Battleship Yamato* (Takashi Yamazaki, 2010), *Gantz* (Shinsuke Sato, 2011) y *Gantz Perfect Answer* (Shinsuke Sato, 2011).

²¹ La distribuidora Estudio Mediatres ha licenciado varias producciones basadas en cómics que fueron calificadas por el ICAA pero cuyos datos de exhibición cinematográfica no están disponibles,

También señalaremos la exhibición en España de dos largometrajes basados en novelas ampliamente conocidas. Por un lado, *Tokio Blues (Norwegian Blues)* (Tran Anh Hung, 2010) se basa en el libro homónimo escrito por el famoso novelista Haruki Murakami, cuyo nombre sirve como reclamo para una audiencia internacional familiarizada con sus obras. En el caso de *Nicky, la aprendiz de bruja* (Takashi Shimizu, 2014), pese a que se trata de una adaptación de la novela *Majo no Takkyūbin*, escrita por Eiko Kadono en 1985, este personaje es popular debido a la versión animada de dicha historia que produjo el Studio Ghibli en 1989.

Por último, debemos mencionar el estreno del film *Rape Zombie 1. La lujuria de los muertos vivientes* (Naoyuki Tomomatsu, 2012) en el marco de la 48ª Edición del Festival de Sitges (2015). Las secuelas de esta obra²², que mezclan erotismo y escenas gore, han sido editadas en DVD en España. Sin duda, son productos de bajo presupuesto dirigidos a un nicho de mercado muy concreto, como puede ser el fan de películas extremas y bizarras.

CONCLUSIÓN

A la vista de los resultados del análisis cuantitativo y cualitativo que se ha llevado a cabo podemos concluir que la presencia de largometrajes japoneses en las salas cinematográficas de España es ínfima en comparación con el número de estrenos que se producen en su país de origen. En España, las posibilidades de acceder a películas japonesas a través de la vía comercial que supone la exhibición cinematográfica son muy reducidas, puesto que cada año se estrenan, de media, unos 5 ó 6 films japoneses. Y, pese a que no se cuenta con datos oficiales, es más que probable que dichos estrenos no se realicen en toda la geografía española por igual, por lo que, quizás, haya ciudades en las que no se llegue a exhibir ningún título japonés en cines. En cuanto a las producciones que nos llegan, podemos señalar que la amplia presencia de cine de animación, así como adaptaciones de manga, hace que el cine japonés aparezca vinculado a la fantasía, a la

por lo que la comercialización de estas obras se realiza principalmente a través de la venta de ediciones en DVD o Blu-ray. Dichos films, que no fueron contabilizados en los gráficos de este artículo, son *Lupin y el corazón púrpura de Cleopatra* (Ryuhei Kitamura, 2014), *Crows 3* (Toshiaki Toyoda, 2014), *Kenshin, el guerrero samurái 2* (Keishi Otomo, 2014), *Kenshin, el guerrero samurái 3: el fin de la leyenda* (Keishi Otomo, 2014).

²² *Rape Zombie 2. El éxtasis de los muertos vivientes* (Naoyuki Tomomatsu, 2013) y *Rape Zombie 3. Apocalipsis final* (Naoyuki Tomomatsu, 2013).

espectacularidad, a la acción y al estímulo sensorial. Dado que incluso a día de hoy todavía existen personas que asocian la imagen dibujada del cómic y la animación con un público infantil y/o adolescente, es probable que la estética colorista o artificial de estas producciones genere una impresión de inmadurez y superficialidad en determinados espectadores. Si bien, estas obras se asocian principalmente a la cultura popular y a los intereses de los fans, otros tipos de películas, tales como los largometrajes dirigidos por autores consagrados o adaptaciones de novelas japonesas que han sido *best sellers*, se dirigen hacia un público familiarizado con el cine japonés a través de directores clásicos (Ozu y Kurosawa) y géneros típicamente nipones (películas de *yakuzas* y de samuráis). En estos casos encontramos una cierta tendencia al orientalismo en tanto que muchas obras promueven una imagen de lo japonés basada en el ensalzamiento de valores tradicionales como la lealtad, el honor, la jerarquía, la sumisión al grupo o la glorificación de la muerte. También debemos señalar que las películas de animación producidas por el Studio Ghibli se ubican en una posición intermedia entre el *anime* y el cine de autor, lo cual explicaría su gran éxito internacional.

Así, pues, podemos concluir que la escasez de títulos japoneses estrenados en España conduce a una escasa variedad de películas exhibidas. Debido a los riesgos que supone invertir en la distribución de un largometraje, las empresas deciden optar por géneros y fórmulas que ofrecen ciertas garantía de éxito comercial gracias a su vinculación con otros productos que resultan populares (cómic o series de animación) o al prestigio de determinados autores consolidados por la crítica internacional. Ello termina provocando que se refuercen ciertas imágenes preconcebidas de Japón, tales como el Japón tecno-pop o el Japón tradicional, en el imaginario cultural español.

BIBLIOGRAFÍA

APPADURAI, Arjun, «Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy», *Theory Culture Society*, 7, 1990, pp. 295-310.

CUETO, Roberto, «Hijos de Neotokio. Claves para una estética geopolítica del nuevo cine japonés», *El principio del fin. Tendencias y efectivos del novísimo cine japonés*, Barcelona, Paidós, 2003, pp. 13-37.

DESSER, David, *Eros Plus Massacre: An Introduction to the Japanese New Wave Cinema*, Indiana, Indiana University Press, 1988.

IWABUCHI, Koichi, *Recentering globalization. Popular culture and Japanese transnationalism*, Durham, Duke University Press, 2002.

LAMARRE, Thomas, *The Anime Machine: A Media Theory of Animation*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 2009.

NAPIER, Susan, *Anime from Akira to Howl's Moving Castle: Experiencing Contemporary Japanese Animation*, Nueva York, Palgrave Macmillan, 2005.

RUSSELL, Catherine, *Classical Japanese Cinema Revisited*, Nueva York, Continuum, 2011.

STAM, Robert, *Film Theory. An Introduction*, Oxford, Blackwell, 2000.