

LA ESTÉTICA *MUKOKUSEKI* EN EL CONTEXTO DEL NEOJAPONISMO

Jaime Romero Leo
Universidad de Salamanca
jaimeromeroleo@gmail.com

Resumen: El siguiente artículo tiene como objetivo analizar el concepto *Mukokuseki* (“apátrida”) en el contexto del Neo-Japonismo, usando como elemento catalizador la denominada “Estética Manga”. Para ello, se tendrán en cuenta las obras de autores como Koichi Iwabuchi y Susan Napier, con el fin de situar al concepto en el presente. A través de sus teorías se busca establecer una comparativa entre el primer Japonismo, surgido a mediados del siglo XIX, y el segundo, emergido a finales del siglo XX. De esta manera, cabrá proponer a la “Estética Manga”, y a su esencia *Mukokuseki*, como protagonistas del nuevo interés por lo nipón surgido en Occidente a partir de 1980. A pesar del contradictorio carácter “des-japonizado” que imbuye al concepto, su relación con esta Estética ha dado lugar a un producto atractivo para el público foráneo, que ha llamado la atención de campañas por la promoción de la marca Japón como las del *Cool Japan*.

Palabras clave: *Mukokuseki*, “Estética Manga”, Cultura híbrida, *Cool Japan*

Abstract: The following article aims to analyze the *Mukokuseki* concept (“stateless”) in the Neo/Japonism context, using as a catalyst element the Manga Esthetics. For this, the works of authors such as Koichi Iwabuchi and Susan Napier will be taken into account, in order to situate the concept in the present. Through its theories it is sought to establish a comparison between the first Japonism, emerged in the mid-nineteenth century, and the second, emerged towards the end of the twentieth century. This way, it will be possible to propose Manga Esthetics, and its *Mukokuseki* essence, as protagonists of the new interest for the Japanese emerged in the West as of 1980. Despite the contradictory “un-Japanese” character that imbues the concept, its relationship with this Aesthetic has given rise to an attractive product for the foreign public, which has attracted the attention of campaigns for the promotion of the Japan brand such as those of the Cool Japan.

Keywords: *Mukokuseki*, manga aesthetic, hybrid culture, Cool Japan.

INTERCAMBIOS CULTURALES EN EL CONTEXTO DEL NEO-JAPONISMO

En 2002 Koichi Iwabuchi publicó *Recentering globalization: Popular culture and Japanese transnationalism*, en donde reflexionó sobre la relación que Japón mantenía y mantendría en los años venideros con Occidente y el resto de los países asiáticos¹. La pregunta por el lugar que Japón ocupa en la esfera internacional a principios del siglo XXI, y sobre el que

¹ Este artículo se centra en las reflexiones de Iwabuchi sobre las relaciones entre Occidente y Japón. Para una visión sobre las relaciones entre Japón y el resto de Asia a través de los productos de la cultura popular nipona, véase: IWABUCHI, Koichi, “Uses of Japanese Popular Culture: Trans/nationalism and Postcolonial Desirefor 'Asia””, *Emergence*, n° 11, 2001.

Iwabuchi meditó en su obra, no tiene una fácil respuesta. Ello se debe, en parte, a que la posición que Japón lleva ostentando en Extremo Oriente desde el final del período Edo ha estado marcada por la inestabilidad política, social y cultural que propició la apertura (forzosa) de los puertos nipones al comercio con las potencias occidentales.

Los contactos iniciados con Occidente a mediados del siglo XIX operaron de manera tal en la psicología de los japoneses que sus intelectuales oscilaron durante aquellos convulsos años de la Modernidad entre teorías tan variopintas, y aparentemente contradictorias, como la de *Datsu-A* y el *Panasianismo*. La primera, defendida a principios del período Meiji (1868-1912) por autores como Fukuzawa Yukichi, abogaba por “salir” de Asia y acercarse todo lo posible a Europa y Norteamérica. La tesis era la de que Asia, o al menos los vecinos más cercanos, suponían un lastre para el avance de Japón². La segunda, encabezada por el esteta Okakura Tenshin, cobraría fuerza tan solo unas décadas después, y reivindicó una Asia fuerte y unida, encabezada por Japón, que plantase cara Occidente³. De este modo, a lo largo del último siglo, Japón “salía” y “entraba” intermitentemente en los dos grandes edificios conocidos como “Occidente” y “Oriente”. Según Roland Kelts, estas derivas históricas dependían en gran medida de los modos y maneras en el que el resto de países decidían “acoger” a Japón. Según Kelts, dos serían los conceptos que marcarían dichas relaciones: *Japonofilia* y *Japonofobia*⁴.

En base a las reflexiones de Iwabuchi en torno al lugar de Japón en el contexto de la globalización y, sobre todo, a la manera en que la “cultura popular” afecta a las relaciones transnacionales del país, cabe situar la relación actual entre Occidente y Japón en un período de *Japonofilia*⁵. En cuanto a su situación en el mapa internacional, Japón habría quedado definido como el país *híbrido* por antonomasia⁶. El más occidental de los países de Extremo Oriente o, si se prefiere, el más oriental de los países construido bajo los modelos occidentales. Si se fija el análisis sobre el panorama actual, cabe establecer que la manera en la que Occidente accede a este país *híbrido* llamado Japón, es a través de los productos de su

² “Nuestra política inmediata debe consistir en no perder tiempo esperando que nuestros países vecinos (Corea y China) alcancen la etapa de la ilustración antes de unirnos a ellos en el desarrollo de Asia, sino separarnos de ellos y unirnos a los países civilizados de Occidente... Debemos tratar con ellos exactamente del mismo modo que lo hacen los occidentales”. Yukichi Fukuzawa, citado en: NISHIKAWA, Shunsaku, «FukuzawaYukichi», *Perspectivas: revista trimestral de educación comparada*, n° 23, 1993, p. 529.

³ “His tenacity keeps Japan true to the Asiatic soul even while it raises her to the rank of a modern power. The history of Japanese art becomes thus the history of Asiatic ideals—the beach where each successive wave of Eastern thought has left its sand-ripple as it beat against the national consciousness”. OKAKURA, Kakuzô, *The ideals of the East: with special reference to the art of Japan*, New York, Rutland, Charles E. Tuttle, 1970, p. 7.

⁴ KELTS, Roland, *Japanamerica: how Japanese pop culture has invaded the U.S.*, New York, Palgrave Macmillan, 2006, pp. 5-10.

⁵ Ha de tenerse en cuenta que la relación mantenida con sus vecinos asiáticos tras la Segunda Guerra Mundial habría sido más compleja. Las heridas de episodios como el de la masacre de Nankín o el de las mujeres de confort coreanas promovieron un fuerte sentido de *Japonofobia* en China y Corea durante estos años.

⁶ Cfr. BERGER, Peter, “Introduction: the cultural dynamics of globalization”, en: *Berger, Peter and Huntington, Samuel P. (eds.), Many globalizations: cultural diversity in the contemporary world*. Oxford, Oxford University Press, 2002, p.10.

entertainment. Entre estos, manga, anime y videojuegos se alzan como los protagonistas imbatibles de la nueva fascinación por lo japonés que Occidente comenzó a experimentar en la década de 1980. Nos encontraríamos, entonces, en este período de *Japonofilia* contemporánea, ante un Neo-Japonismo protagonizado, una vez más, por los productos de la subcultura nipona⁷. A pesar de las considerables semejanzas entre el primer Japonismo (siglo XIX) y el segundo Japonismo (finales del siglo XX) en sus modos de acción y de “promoción” de lo nipón en Europa y América, en esta ocasión, este artículo en particular, pretende detenerse en uno de sus elementos diferenciadores: el concepto *Mukokuseki*, el cual podría traducirse como “apátrida”⁸. Dos son las definiciones que pueden darse sobre el concepto en cuestión:

1. *Mukokuseki* implica la eliminación de toda etnicidad o característica cultural visible.
2. *Mukokuseki* sugiere la mezcla de elementos con múltiples orígenes.

Lejos de refutar la teoría de un Neo-Japonismo, lo que pretende el análisis de dicho elemento es evidenciar la continuidad entre ambos Japonismo pero, a su vez, señalar los motivos y las derivas históricas que han llevado a este segundo Japonismo a poseer algunas de las peculiaridades que hoy ostenta. De este modo, no debe obviarse, por ejemplo, el hecho de que, entre el primer Japonismo y el segundo, aconteció la Segunda Guerra Mundial, suceso que tuvo importantes consecuencias en la psicología de los nipones⁹. Antes de ésta, tal y como demostraban las teorías de Fukuzawa y Okakura en los inicios del Período Meiji, Japón ya reflexionaba sobre su lugar en un mundo que tendería hacia lo globalizado. Tras la guerra, aquellas reflexiones volvieron a cobrar sentido y, en la actualidad, parecen hacerse incluso más acuciantes.

De este modo, en el presente, Occidente vuelve a acercarse al archipiélago asiático para “consumir” sus productos, como si esa “fábrica de belleza”, tal y como Rudyard Kipling definió al Japón del siglo XIX, hubiese vuelto a ponerse en marcha¹⁰. Una de las diferencias más significativas entre los productos del primer Japonismo en el siglo XIX y del segundo es que, según Iwabuchi, en esta ocasión, a principios del siglo XXI, parece como si algunos de los productos de esta nueva “fábrica de belleza” llamada Japón, hubiesen perdido su “fragancia”. Son productos nipones, ayudan a expandir la marca Japón con un claro sentido

⁷ Cfr. ALMAZÁN TOMÁS, David, “Del japonismo al *neojaponismo*: Evolución de la influencia japonesa en la cultura Occidental”, en: BARLÉS, Elena y ALMAZÁN, David (eds.), *Japón y el mundo actual*, Zaragoza, Prensas universitarias de Zaragoza, 2010, p. 871.

⁸ Cfr. ADAMOWICZ, Klaudia Krystynam, “The meaning of “mukokuseki” in Harajuku subcultures research”, con motivo del *The 10th Convention of Research Reports*, 2014, p. 35.

⁹ No sólo nos referimos al importante shock que supuso la derrota ante una fuerza extranjera (la primera en la historia de Japón), sino a la pérdida de una serie de valores sobre los que la Modernización en el Período Meiji, y la militarización e Imperialismo en los Período Taisho y Showa, se habían sustentado. Según algunos artistas y teóricos nipones, la actual imagen de Japón como un país “débil” y “afeminado”, representado por conceptos como lo *Kawaii*, serían resultado de este episodio histórico. Cfr. MURAKAMI, Takashi (ed.), *Little Boy: The Arts of Japan's exploring subculture*, Yale University Press, Yale Bilingual Edition, 2005, p. 100.

¹⁰ Cfr. KIPLING, Rudyard, *Viaje al Japón* (Trad. Emili Olcina), Barcelona, Laertes, 2001, p. 46.

de “frescura”, de “novedad”, con un claro sentido de lo *cool*; pero no “huelen” a Japón, no “saben” a Japón, no parecen, en definitiva, japoneses.

Iwabuchi utilizó el concepto *Mukokuseki*, precisamente, para referirse a esta pérdida de identidad de algunos de los productos culturales más representativos del Japón. Mediante él puede llevarse a cabo un análisis en las relaciones contemporáneas entre Occidente y el archipiélago nipón, a través de los productos de su cultura popular. Una cultura popular definida como “inodora”. Es decir, sin matices ni fragancias propias. Es en ésta dónde se halla la respuesta a una situación ciertamente contradictoria: Occidente abraza “encantado” lo nipón, lo consume, lo juega y lo lee, pero, a pesar de ello, desconoce la mayoría de aspectos que sobrepasan la imagen idílica y superficial que, en base a dichos productos de la cultura popular, han construido del archipiélago¹¹. Dicho de otra manera: sí bien es cierto que la expansión de Japón a través de su cultura popular se presenta como un atractivo reclamo para el consumidor foráneo, en ocasiones, puede resultar un velo que oculta la complejidad que hay detrás. Según el propio Iwabuchi:

“It is quite another to say that this cultural influence and this perception of coolness is closely associated with a tangible, realistic appreciation of "Japanese" lifestyles or ideas. It can be argued that the yearning for another culture that is evoked through the consumption of cultural commodities is inevitably a monological illusion. This yearning tends to lack concern for and understanding of the sociocultural complexity of that in which popular cultural artifacts are produced. This point is even more lucidly highlighted by the *mukokuseki* nature of Japanese animation and computer games.”¹²

Si este elemento de lo *Mukokuseki* se presenta como un factor clave en las derivas de estos intercambios culturales, cabe establecer un análisis propicio de sus características que evidencie las implicaciones de la pérdida de la “esencia”, de la “fragancia” japonesa. El soporte idóneo para su contextualización no es otro que la Estética del Manga que hoy impregna a buena parte de los productos de la cultura popular japonesa que Occidente consume¹³.

CONTEXTUALIZACIÓN HISTÓRICA DEL CONCEPTO *MUKOKUSEKI*

El milagro económico japonés, tal y como se conoció a la sorprendente recuperación del archipiélago durante las décadas posteriores a la Segunda Guerra Mundial, trajo consigo un repunte en sectores como el de la tecnología, en la década de 1980. Iwabuchi utilizó como ejemplo a uno de los grandes protagonistas en el mercado mundial

¹¹ VINCENT, J. Keith, “The Genealogy of Japanese Immaturity”, en: AZUMA, Hiroki (ed.), *Nihon-tekisōzōryoku no mirai: Kūrujapōnorōjū no kanōsei*, Tokyo, NHK Books, 2010, pp. 15-19.

¹² IWABUCHI, Koichi, *Recentring Globalization: Popular Culture and Japanese Transnationalism*, Durham, Duke University Press, 2002, p. 34.

¹³ Cfr. SANTIAGO, José Andrés, *Manga. Del cuadro flotante a la viñeta japonesa*, Barcelona, Comanegra, 2013, p. 481-482.

de aquellos tiempos: el *Walkman*, creado por *Sony*¹⁴. No sólo el nombre en inglés, sino su diseño y uso lo distanciaban de ser un producto característicamente “japonés”¹⁵. El *Walkman* bien podía ser un artefacto fabricado en América o en cualquier otro lugar. La característica nipona, el aroma que mantenían los productos de la cultura popular durante el Japonismo decimonónico, y que había embriagado a los europeos de aquel entonces, desaparecía.

La palabra *Mukokuseki*, formada por los caracteres 無 (vacío o negación), 国 (país) y 籍 (afiliación), remitía precisamente a esta falta de “aroma” nipón. Al carácter apátrida, del producto. Iwabuchi lo expresaba de la siguiente forma:

“I use the term odor to focus on the way in which cultural features of a country of origin and images or ideas of its national, in most cases stereotyped, way of life are associated positively with a particular product in the consumption process¹⁶”.

Si el japonés trajo a colación una reflexión sobre el concepto *Mukokuseki* en el momento histórico en el que lo hizo, principios del siglo XXI, se debió, nada más y nada menos, a que la situación de Japón a finales del siglo XX como potencia económica, lo llevó, al fin, a situarse también como una potencia cultural. De este modo, el tópico surgido en el siglo XIX de que Japón no producía nada de valor cultural o, al menos, nada que no fuese una copia o réplica de Occidente, se quebraba al fin. Fue entonces, en el momento en que Japón se alzó como exportador de cultura (popular), cuando surgieron algunas cuestiones importantes: Occidente consumía Japón pero, si el país y su rica idiosincrasia eran inaccesibles a través de sus productos, si el “aroma nipón” había desaparecido, por qué se daba un repunte del interés por Japón y sus productos culturales. Que la industria en torno a la cultura popular nipona fuese definida por un concepto como el de lo *Mukokuseki* y que, a su vez, atrajese el interés de los Occidentales sobre Japón, como si de una suerte de Nuevo Japonismo se tratase, resultaba aparentemente contradictorio¹⁷.

Para tratar de abordar este complejo contexto deben tenerse en cuenta los tres ámbitos que Iwabuchi señala como los protagonistas de la exportación de la cultura popular. Las tres Cs, como las denominó: *Consumer technologies*, *Comic and cartoons* (anime) y *Computers/video games*¹⁸.

¹⁴ “The Sony Walkman has even been chosen for analysis, as the most appropriate example of a global cultural product, by a British Open University cultural studies textbook, itself prepared for global distribution”. IWABUCHI, Koichi, *Recentering Globalization: Popular Culture and Japanese Transnationalism*. Ed. cit., p. 23.

¹⁵ El tema de la “esencia japonesa” se entrelaza con las teorías sobre la *nihonjin-ron* y del *Japanese Uniqueness* tratado por autores como Peter Dale. Para una perspectiva general sobre la literatura *nihonjin-ron*, véase: DALE, Peter, *The Myth of Japanese Uniqueness*, Londres, Routledge, 2011; y ANDO, Shirley, “A Look at Nihonjinron: Theories of Japaneseness”, 大手前大学論集, n° 10, 2009, pp. 33-42.

¹⁶ IWABUCHI, Koichi, *Recentering Globalization: Popular Culture and Japanese Transnationalism*. Ed. cit., p. 27.

¹⁷ Es título que Kelts concedió a su obra *Japanamerica: How Japanese Pop Culture Has Invaded the U.S.: How Japanese Pop Culture Has Invaded the US*, apuntaba directamente al interés que los norteamericanos empezaban por la cultura del *entertainment* nipón a principios del siglo XXI.

¹⁸ IWABUCHI, Koichi, *Recentering Globalization: Popular Culture and Japanese Transnationalism*, Ed. cit., p. 27.

El foco del análisis será puesto sobre el segundo grupo, el cual habría desarrollado dentro de sí todo un movimiento estético (la Estética Manga) que se alzaría, en mayor o menor medida, como protagonista del Neo-Japonismo. Iwabuchi describió aquella aparentemente contradicción bajo la categoría de “colonización invisible”. Lo hizo en los siguientes términos:

“The international spread of mukokuseki popular culture from Japan simultaneously articulates the universal appeal of Japanese cultural products and the disappearance of any perceptible “Japaneseness” (...) The cultural influence of Japanese animation and computer games in many parts of the world might be tremendous, but it tends to be an “invisible colonization.”¹⁹

A partir de la cita podría argumentarse que, lejos de suponer un elemento negativo para la “promoción” de Japón, el carácter *Mukokuseki* implícito en ámbitos como la Estética Manga, poseía un carácter atractivo para los europeos y los norteamericanos. Algunos autores, como Ôtsuka Eiji, fueron más lejos aún, afirmando que la popularidad en el mundo del Manga y el Anime se debían, entre otras cosas, a su naturaleza inodora. Un personaje de Anime no poseía el olor natural y característico de una xilografía de Hokusai, no irradiaba la pura “japonesidad” de un kimono, de la caligrafía *shodo* o de la reverenciada ceremonia del té. A diferencia de ellos, el Manga y el Anime traían consigo un sentido más “aséptico”. Eran “otra cosa”, pero, para los consumidores occidentales, “japonesa” al fin y al cabo. No poseían el olor evidente y claramente identificable de “lo japonés”, a pesar de ello, finalmente, en vista del éxito que dichos productos tenían como “embajador cultural”, Japón decidiría acudir a su Estética para “rociarse” y engalanarse con ella. El perfume del Japón tradicional tendría que compartir vitrina, a partir de entonces, con otro: el del Japón Pop, protagonizado por la Estética Manga.

LO MUKOKUSEKI COMO ELEMENTO FUNDAMENTAL DE LA ESTÉTICA MANGA

Afirmar que lo *Mukokuseki* se alza como uno de los elementos cruciales de la Estética Manga ayuda, entre otras cosas, a desentrañar la compleja pregunta que todo lector de Manga o espectador de Anime se ha planteado en más de una ocasión: ¿por qué los personajes del *Manganime* no parecen japoneses? Tal y como Susan Napier apunta:

“An aspect of anime’s *mukokuseki* quality in many eyes is the extremely “non-Japanese” depiction of human characters in virtually all anime texts. This is an issue among American audiences new to anime as well, who consistently want to know why that characters look “Western”.”²⁰

¹⁹ Ed. cit., p. 33.

²⁰ NAPIER, Susan, *Anime. From Akira to Howl’s Moving Castle*, New York, Palgrave Macmillan, 2007, p. 25.

Napier fue una de las primeras en conjugar el elemento *Mukokuseki* directamente con esta Estética. De este modo, en torno a la anterior cita, la autora especifica que más que un estilo de figuración occidental, los personajes son dibujados a partir de las reglas básicas de un estilo propio, de un lenguaje ya definido a través del Manga y el Anime que no obedece tanto a una similitud con tal o cual etnia, sino a “otra cosa”, a un “híbrido”, cuyo valor supera a la simple suma de sus componentes. Según esto, si hasta el momento se incidió, a través de la obra de Iwabuchi, en la primera definición del término: “1. *Mukokuseki* implica la eliminación de toda etnicidad o característica cultural visible”. A través de las teorías de la neozelandesa, cobra fuerza el segundo planteamiento: “2. *Mukokuseki* sugiere la mezcla de elementos con múltiples orígenes”.

En el juego de intercambios culturales, en donde lo *Mukokuseki*, según esta segunda acepción, se inserta, debe hacerse mención al que fuera uno de las figuras más relevantes en la evolución del Manga moderno. Es bien sabido el interés que Osamu Tezuka profesó durante toda su vida por la obra de Walt Disney. Sus películas lo llevaron, finalmente, a impulsar el cine de animación en Japón a través de su propio estudio de animación, fundado en 1968²¹. No es ningún secreto entonces que los diseños que inspiraron al apodado “Dios del Manga” provenían de los dibujos animados norteamericanos. Es allí donde podría encontrarse el germen de características cruciales que hoy poseen los personajes de la Estética Manga, como pueden serlo los grandes y redondeados ojos, por ejemplo. A pesar de ello, sería un error desatender a la influencia que corrientes paralelas, contemporáneas a la obra del propio Tezuka, introdujeron en el cómic contemporáneo japonés. Entender, por ejemplo, el giro de las historias hacia temas más adultos y bajo un trazo más lúgubre y realista, sería imposible sin corrientes como el *Gekiga*²².

Desentrañar la maraña de influencias que ha llevado al Manga a desarrollar una estética propia, compuesta a su vez por otras sub-estéticas como la de lo *Kawaii*, *Eroguro* o *Moé*, entre otras, resultaría una tarea densa y complicada a la que este artículo no se dedicará²³. A pesar de ello, sí ha de tenerse en cuenta la complejidad que conforma a esta estética a la hora de analizar su relación con el concepto *Mukokuseki*.

Ese “lenguaje propio”, cobijado bajo la Estética Manga, utiliza las herramientas de la “base de datos japonesa Otaku” a la que Hiroki Azuma refirió en su obra *Otaku. Japan's Database Animals*²⁴. De este modo, a la pregunta que se hacía al principio de este punto de “por qué los personajes del *Manganime* no parecen japoneses”, en referencia al carácter de lo *Mukokuseki*, puede sumársele otra que la complementaría: por qué a pesar de la inmensa

²¹ Cfr. MOLINÉ, Alfons, *Tezuka (Memoria y Honor)*, Madrid, Sinsentido, 2005, p. 5-12.

²² Para un análisis del fenómeno *Gekiga*, su origen e influencias, se recomienda la autobiografía escrita y dibujada por Yoshihiro Tatsumi, uno de los referentes de esta corriente: TATSUMI, Yoshihiro, *Una vida errante*. Bilbao, Astiberri, 2009.

²³ Para una perspectiva global de la sub-estética *Kawaii*, véase el artículo publicado en el número anterior de la *Revista Kokoro*: ROMERO, Jaime, “El auge de la estética *Kawaii*: origen y consecuencias”, *Kokoro: Revista para la difusión de la cultura japonesa*, n° 24, 2017, pp. 13-24.

²⁴ Cfr. AZUMA, Hiroki, *Otaku. Japan's Database Animals*. Minnesota, University of Minnesota, 2009, pp. 25-45.

variedad de estilos y géneros dentro del Manga y el Anime, todos los personajes parecen iguales. A la hora de adentrarse en la creación de los mundos de Estética Manga, teorías como la de Bourriaud sobre la *Postproducción* ayudan a comprender el proceso. El artista, como si de una suerte de “Dj” se tratara, opera a través de una serie de apropiaciones culturales y estilísticas que “corta y pega”, para “crear” algo “nuevo”²⁵. De modo similar al mencionado por Bourriaud, el dibujante japonés, tanto profesional como *amateur*, acude al cajón de sastre del *Manganime*, al *database*, para hacerse con una serie de códigos ya estipulados de antemano:

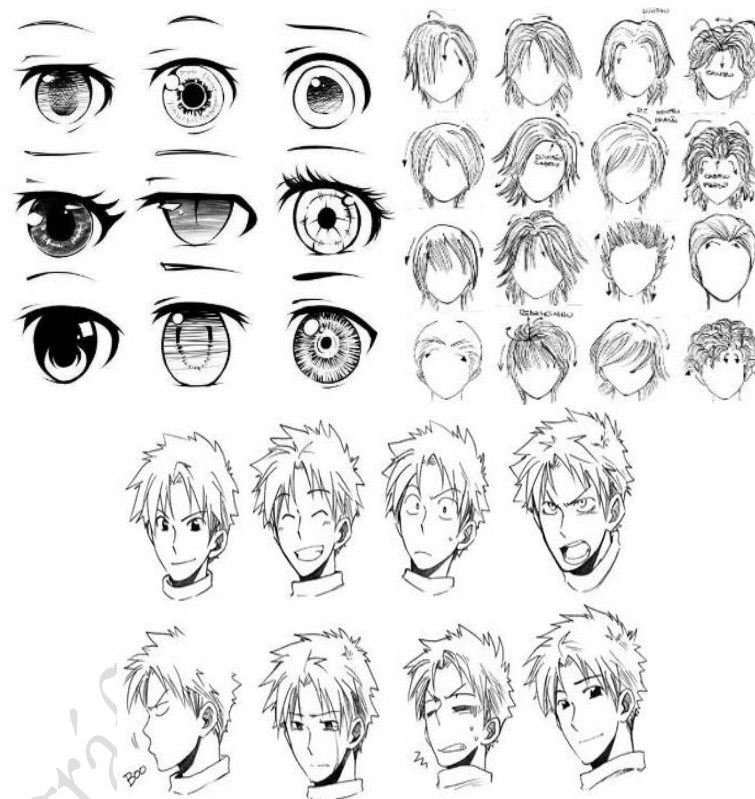


Figura 1. Tablas de referencia para ojos manga, peinados manga y expresiones manga.

Se trata ésta de una producción de tipo “modular”, según la descripción Byung-Chul Han.²⁶ Para el filósofo coreano, esta forma de “creación”, contraria a los conceptos como el de “originalidad” y “artista-genio” que habrían surgido en la Europa del XVIII, sería la representativa de Extremo Oriente. Según Chul-Han, antes de que la influencia occidental llegase, libros como *Jieziyuanhua zhuhan* (“Manual de pintura del Jardín de la semilla de mostaza”), compilado al comienzo de la dinastía Qing, ya ofrecían modelos de aprendizaje

²⁵ Cfr. BOURRIAUD, Nicolas, *Postproducción*, Buenos Aires, Artes Visuales, 2009, p. 43.

²⁶ HAN, Byung-chul, *Shanzhai. El arte de la falsificación y la deconstrucción en China*, Buenos Aires, Caja Negra, 2016, pp. 68-69.

a través de la copia de modelos paisajísticos, florares y humanos²⁷. El modo de presentación de estos patrones se relaciona directamente con las tablas antes expuestas.



Figura 2: Tablas del Manual de pintura del Jardín de la semilla de mostaza.

Una forma de creación-copia como ésta, extendida al mundo del Manga, como evidenciaban los ejemplos anteriores, reafirma la idea de un mundo autorreferencial que, aún bebiendo de varias fuentes culturales, ha desarrollado un lenguaje propio que no responde a modelos previos o, si se prefiere, que sólo repite, una y otra vez, sus propios modelos.

Obviamente, el Manga y el Anime son productos nipones y Japón, las costumbres de sus habitantes y sus entornos urbanos son reconocibles. A pesar de ello, el componente *Mukokuseki* se haya cuando nuevamente observamos que los personajes del *Manganime* ni se parecen a los nipones y, mucho menos, se comportan como ellos. Lo cual generaría preguntas complementarias a las formuladas, como, por ejemplo: por qué tal efusividad y desaforo en las relaciones interpersonales representadas en los Mangas cuando, Japón, es caracterizado como un país con una cultura social comedida, en el que el contacto físico apenas se percibe. Japón, como entorno e influencia, es recogido por los dibujantes y animadores nipones para generar “otra cosa”, otra realidad o, si se prefiere, “otro mundo”, paralelo al real. Justo con estas palabras se refería Oshii a los mundos surgidos en el anime en la conversación que mantuvo con Ueno Toshiya e Ito Kazunori acerca del concepto *Mukokuseki*²⁸. Según Napier, en relación a dicha discusión: “To Oshii and Ueno this deliberate de-Japanizing of the characters is in Keeping with their view of anime as offering an alternative world to its Japanese audience²⁹”. Las preguntas por el lugar que Japón ocupa

²⁷ Información sobre el *Manual de pintura del Jardín de la semilla de mostaza* en línea: <https://www.wdl.org/es/item/13536/> (última consulta: 27/07/2018).

²⁸ OSHII, Mamoru, UENO Toshiya e ITÔ Kazunori, “Eiga to wajitsuwaanimêshon data”, citado en: NAPIER, Susan, *Anime. From Akira to Howl's Moving Castle*, New York, Palgrave Macmillan, p. 24-25.

²⁹ *Ed. cit.*, p. 25

en el panorama internacional aparecen de Nuevo en estos contextos: “In fact Oshii suggests that this is part of a deliberate effort by modern Japanese to «evade the fact that they are Japanese»”³⁰

Es aquí donde podría traerse de nuevo a colación la anterior afirmación de Ōtsuka Eiji sobre cómo el carácter *Mukokuseki* de la Estética Manga es, precisamente, lo que garantiza su éxito: al proponer un mundo “ajeno”, desligado de todo, “apátrida”, si se prefiere, el Manga y el Anime se alzan como posibilidades nuevas con las que trabajar, como mundos nuevos en los que habitar. Ha de recordarse que esta “novedad” debe entenderse siempre desde el ámbito de la postproducción pero, lo cierto es que los materiales y códigos con los que se construyen los mundos de Estética Manga han sufrido tal cantidad variaciones, renovaciones y adaptaciones a través de los intercambios culturales y estilísticos con Occidente, que ya no remiten directamente a nada o, si se prefiere, remiten a “todo”. Son el producto *híbrido* por antonomasia, del país *híbrido* por antonomasia. Pueden citarse numerosos ejemplos al respecto:



Figura 3: Fotogramas del anime *Ataque a los titanes*.

La popular serie *Ataque a los titanes* refiere a un mundo medieval, con claras alusiones a la edad media europea. Los edificios y las ciudades, rodeados por una muralla que defiende a los últimos vestigios de la humanidad de los Titanes, refieren a una arquitectura característica de Occidente. A su vez, en alguna ocasión, se pone de manifiesto el origen “asiático” de una de las protagonistas. Origen étnico imposible de identificar si se la compara con el resto de personajes. Podría sugerirse entonces que todos son de origen asiático pero, el color del pelo y el tipo de peinados parecen remitir nuevamente a Occidente. La historia propone una vez más el tipo de distopía nipona propia de los traumas de la postguerra: tras una debacle que diezmo a la humanidad, seres gigantes

³⁰ Ed. cit., p. 25

(referencia a los *Kaijus*³¹) asolan el país. A pesar de ello, estéticas como la *Steampunk*, situadas, en su origen, en la época victoriana, poseen gran presencia a lo largo de toda la serie. Serie, la cual, por supuesto, usa el idioma japonés, remitiendo con ello a un tipo de educación y características típicas de esta lengua y de los tópicos protocolarios que la acompañan (los cuales divergen en gran medida de otros como el inglés o el español).

Al igual que *Ataque a los titanes*, *Sword Art Online* o *Full Metal Alchemist*, entre otros, son ejemplos donde este carácter híbrido, que a la vez es uno de los ingredientes principales de lo *Mukokuseki*, es decir, de ese distanciamiento con el “aroma” original de lo nipón, se hace evidente. A la hora de buscar este sentido de lo *Mukokuseki* podría recurrirse a cualquiera género del *Manganime*: *fantasy*, ciencia ficción, *spokon* (deportes), culinario, etc.

EL “AROMA” DEL COOL JAPAN

Este nuevo carácter híbrido podría sugerir lo que Napier ha denominado: la aparición de “identidades postétnicas” en los entornos del Manga y el Anime. Identidades las cuales no quedarían enmarcadas de manera fija bajo ningún modelo de país o rasgo racial. Este carácter autorreferencial que, a través de la amalgama de elementos culturales, refiere a “todo” o, si se prefiere, a “nada”, permite la identificación del consumidor que anhela experimentar estos mundos. Es aquí donde las campañas del *Cool Japan*, aquellas destinadas por el gobierno y las empresas de turismo, hicieron su aparición con el fin de capturar las suculentas posibilidades que proporcionaba este tipo de estéticas.

A un año del inicio de los Juegos Olímpicos de Tokio 2020, cabe recordar cómo fue la ceremonia de clausura de los Juegos Olímpicos de Río 2016 y el trasvase de la antorcha: Shinzo Abe, presidente de Japón, ataviado con la gorra del fontanero más famoso de la historia de los videojuegos, Super Mario, bajaba por la boca una de las míticas tuberías de la saga, situada en Japón, para aparecer por la boca de otra tubería situada en Río. Abe recibía la antorcha y dejaba claro, con su gesto, cuál serán los referentes culturales de los Próximos Juegos con sede en Toki³². El teatro *kabuki*, el *sumo*, la geisha y la *katana* dejarán espacio a Naruto, Son Goku, Super Mario, Doraemon y el amplio compendio de personajes del *Manganime* que, sin poseer elementos dentro de su idiosincrasia que los relacionen directamente como “japoneses”, se han alzado los grandes representantes de Japón.

Si bien la Estética del Manga está dotada de elementos que claramente remiten a lo *Mukokuseki*, ello no ha impedido su interés por parte de los consumidores occidentales, los cuales asocian al Manga y al Anime con su lugar de origen: Japón. El Japón que estos anhelan, entonces, no responde directamente a un Japón real, sino a un elemento extirpado, que ya habita con vida propia de forma paralela al cuerpo del que surgió. A pesar de ello, es

³¹ Bestias monstruosas de grandes dimensiones propias del cine japonés de los años 50 y 60. Godzilla sería el más representativo de estos engendros.

³² En este contexto de hibridación e influencias foráneas, cabe recordar que según Nintendo, Super Mario no era japonés, sino italiano.

evidente que dicho “cuerpo”, del cual este *alternative world*, como decía Oshii, se extrae, es japonés. El gesto de Shinzo Abe, así como el del resto de campañas que tratan de ofrecer una imagen de Japón como un país *Cool*, demuestran el interés por hacerse con el control de este ámbito. De este mundo que levita en torno a Japón y que refiere a él, de un modo indirecto, alejado. Cabría entonces matizar las teorías de Iwabuchi llegados a este punto: Lo *Mukokuseki* es inodoro, pero, en su contacto con La Estética Manga, ha desarrollado un aroma que atrae a los consumidores foráneos de manera desaforada. Esta atracción es el eje del Neo-Japonismo que, desde finales del siglo XX, se está experimentando. El movimiento *Cool Japan* necesita de estos nuevos aromas. El del Japón tradicional atrajo en su día a la Europa del XIX, en la actualidad, este sigue teniendo su efecto pero, sin duda, los jóvenes quieren nuevas fragancias que disfrutar. Si bien, es cierto que la Estética Manga no posee el “olor natural” de “lo japonés”, no es menos cierto, que el olor propio que ha desarrollado en su conjugación con lo *Mukokuseki*, ha desarrollado una fragancia con la que las campañas del *Cool Japan* desean embadurnar a Japón³³. El objetivo es hacer “suyo” el anhelo por un mundo que ha trascendido y que, aun siendo japonés, ya pertenece a todos los amantes del Manga.



Figura 4: Ejemplo de personajes propios del concepto Mukokuseki en el anime *WarFood*.

BIBLIOGRAFÍA

ADAMOWICZ, Klaudia Krystynam, “The meaning of “mukokuseki”, in “Harajuku subcultures research”, con motivo de *The 10th Convention of Research Reports*, 2014.

ALMAZÁN TOMÁS, David, “Del japonismo al neojaponismo: Evolución de la influencia japonesa en la cultura Occidental”, en: BARLÉS, Elena y ALMAZÁN, David (eds.), *Japón y el mundo actual*, Zaragoza, Prensas universitarias de Zaragoza, 2010.

³³ Esta recepción y uso de la Estética del Manga por parte de estas campañas promocionales abre el debate crítico para futuras investigaciones. Tal y como Iwabuchi plantea: “If it is indeed the case that the Japaneseness of Japanese animation derives, consciously or unconsciously, from its erasure of physical signs of Japaneseness, is not the Japan that Western audiences are at long last coming to appreciate, and even yearn for, an animated, race-less and culture-less, virtual version of “Japan”?”. IWABUCHI, Koichi, *Recentering Globalization: Popular Culture and Japanese Transnationalism*, Ed. cit., p. 33.

- ANDO, Shirley, "A Look at Nihonjinron: Theories of Japaneseness", 大手前大学論集, n° 10, 2009.
- AZUMA, Hiroki, *Otaku. Japan's Database Animals*, Minnesota, University of Minnesota, 2009.
- BERGER, Peter, "Introduction: the cultural dynamics of globalization", en: Berger, Peter and Huntington, Samuel P. (eds.), *Many globalizations: cultural diversity in the contemporary world*. Oxford, Oxford University Press, 2002.
- BOURRIAUD, Nicolas, *Postproducción*, Buenos Aires, Artes Visuales, 2009.
- DALE, Peter, *The Myth of Japanese Uniqueness*, London, Routledge, 2011.
- HAN, Byung-chul, *Shanzai. El arte de la falsificación y la deconstrucción en China*, Buenos Aires, Caja Negra, 2016.
- IWABUCHI, Koichi, *Recentering Globalization: Popular Culture and Japanese Transnationalism*. Durham, Duke University Press, 2002
- IWABUCHI, Koichi, "Uses of Japanese Popular Culture: Trans/nationalism and Postcolonial Desire for 'Asia'", *Emergence*, n° 11, 2001.
- KELTS, Roland, *Japanamerica: how Japanese pop culture has invaded the U.S.* New York, Palgrave Macmillan, 2006.
- KIPLING, Rudyard, *Viaje al Japón*, Barcelona, Laertes, 2001.
- MOLINÉ, Alfons, *Tezuka (Memoria y Honor)*, Madrid, Sinsentido, 2005.
- MURAKAMI, Takashi (ed.), *Little Boy: The Arts of Japan's exploring subculture*, Yale University Press, Yale Bilingual Edition, 2005.
- NAPIER, Susan, *Anime. From Akira to Howl's Moving Castle*, New York, Palgrave Macmillan, 2007.
- NISHIKAWA, Shunsaku, "Fukuzawa Yukichi", *Perspectivas: revista trimestral de educación comparada*, n° 23, 1993.
- OKAKURA, Kakuzō, *The ideals of the East: with special reference to the art of Japan*, Rutland, Charles E. Tuttle, 1970.
- ROMERO, Jaime, "El auge de la estética *Kawaii*: origen y consecuencias", *Kokoro: Revista para la difusión de la cultura japonesa*, n° 24, 2017, pp. 13-24.
- SANTIAGO, José Andrés, *Manga. Del cuadro flotante a la viñeta japonesa*, Barcelona, Comanegra, 2013.
- TATSUMI, Yoshihiro, *Una vida errante*, Bilbao, Astiberri, 2009.
- VINCENT, J. Keith, "The Genealogy of Japanese Immaturity", en: AZUMA, Hiroki (ed.), *Nihon-tekisōzōryoku no mirai: Kūryūjapōnorōjū no kanōsei*, Tokyo, NHK Books, 2010.