

Tokio como paradigma de desarrollo global¹

Blas López Rodríguez y Guillermo Torres Moreno
Universidad Complutense y Universidad de Granada

Resumen

En este artículo planteamos un breve recorrido crítico que parta de la idea por la que Tokio se ha definido como un espacio anclado en la mercantilización temática de su propia historia urbana. Todo ello definido por los valores neoliberales y un sentimiento de identidad nacional que ponen de manifiesto las problemáticas posindustriales emergentes, naturales al paradigma desarrollista occidental que se inició en el siglo XIX en el archipiélago nipón.

Palabras clave: Tokio, desarrollismo, auto-orientalismo, Milagro económico, Olimpiadas.

Abstract

The main point of this article is to analyze how Tokyo has become a space defined by the themed merchandization of its own urban history. Neoliberal values and nationalistic feelings bring to light the emerging postindustrial difficulties, reinforcing the Western developmentalism paradigm that was originated in 19th century Japan.

Keywords: Tokyo, Developmentalism, self-Orientalism, Economic Miracle, Olympic Games.

1. Introducción

Gracias a la estela desarrollista de la posguerra y al *boom* económico que tuvo lugar desde los años 60 hasta los años 80 del pasado siglo XX, mostrando un crecimiento económico medio anual de entre un 5% y un 8%, Japón se ha consolidado en el imaginario global como un símbolo de la cultura de masas. Su privilegiada posición económica y geopolítica, han permitido que florezca en el imaginario global una idea de prosperidad basada en la síntesis entre tradición y modernidad. Esto entronca con el concepto de *soft power*² que Joseph Nye, definió de la siguiente forma: «*is the ability to affect others to obtain the outcomes one wants through attraction rather than coercion or payment. A country's soft power rests on its resources of culture, values,*

and policies.» (Nye, J.S., 2008: 94). El elevado *soft power* del archipiélago dota a Japón de una supuesta singularidad a través de la cual es percibido de manera idealizada: como una ilusión que sitúa a Tokio como el epicentro del sueño japonés.

En este ensayo planteamos un breve recorrido crítico a través de la constitución de Tokio como un espacio anclado en la mercantilización temática de su propia historia urbana. Todo ello, sesgado por valores consumistas y un sentimiento de identidad nacional que pone de manifiesto las problemáticas posindustriales emergentes, iniciadas en el siglo XIX en el archipiélago nipón, y comunes dentro del paradigma desarrollista occidental presente en los llamados países desarrollados.

2. Tokio como ciudad temática.

Consumo y mercantilización étnica.

Con un área metropolitana de casi treinta y ocho millones de habitantes, Tokio se impone como la principal megalópolis a nivel mundial. A pesar de su éxito en términos económicos, plantea grandes retos humanos y sociales que son fruto de las dinámicas etnocentristas globales. Una problemática que se nutre del cuidadoso engaño que supone la promesa del eterno crecimiento y el mito del progreso.

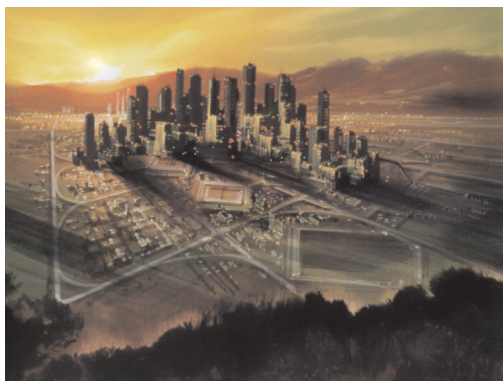
La capital nipona ha sido objeto de beneficio y admiración de cara al turismo desde hace décadas. Una ciudad vibrante y tecnológica en la que las fantasías posmodernas de las novelas de temática *cyber-punk* encontraban por fin su razón de ser. Con sus neones, su efectivo transporte público, la limpieza en las calles, la cortesía o la hospitalidad (*omotenashi*) de los locales, Tokio se muestra como un escaparate hacia los éxitos de la nación.

A pesar de que el género *cyber-punk* tiene sus precedentes en obras literarias norteamericanas como *Neuromancer*, de

William Gibson (1984) o *¿Sueñan los androides con ovejas eléctricas?*, de Philip K. Dick (1986), el lenguaje estético de este tipo de obras, indisoluble con el concepto de la distopía, hunde sus raíces en una visión tecno-orientalista de Japón y, en especial, la megalópolis tukiota. La influencia de dicho género puede apreciarse incluso en producciones culturales japonesas, tales como *Akira* (Otomo Katsuhiro, 1988), *Ghost in the Shell* (Oshii Mamuro, 1995) o *Evangelion* (Anno Hideaki, 1995).

Sin embargo, dicho modelo es percibido desde la otredad con extrañeza, rechazo y admiración, donde —en una lucha de egos culturales— Occidente intenta adoptar una posición de superioridad por la que el paradigma japonés solo sea un objeto; un juguete que quiere y no puede alcanzar la pureza inherente y exitosa a los modelos capitalistas euroamericanos.

En este sentido, 2011 supuso un punto de inflexión geopolítico de cara a la resolución económica del espacio urbano tukiota y japonés frente al público extranjero y nacional. Tras el tsunami y la



Tokyo-3. Escenario donde toma lugar la trama de *Evangelion* (imagen extraída de <http://evangelion.wikia.com/wiki/Tokyo-3>)

posterior crisis nuclear de Fukushima, el gobierno ha adoptado con particular intensidad el discurso *nihonjinron* por medio de la reproducción de estrategias propagandísticas (ya empleadas durante la Segunda Guerra Mundial) en las que se hace apología de un Japón homogéneo, unido, fuerte y valiente. Es decir, el gobierno japonés se ha apoyado en un desastre natural para generar capital social con el que obtener un beneficio geopolítico con el que apelar a la identidad nacional y cultural.

De esta manera, Tokio se erige como el símbolo de poder —caótico, confuso, laberíntico— de una cultura que ha pasado a ser epítome de lo inextricable (García Montiel, s.f.: 242). Es decir, Tokio tiende a ser observada desde la distancia y la incomprensión que se articulan a través de la visión tecno-orientalista imbricada en el discurso euroamericano al respecto de la idea de Japón. Así, se perpetúan una serie de estereotipos y deformaciones sobre un Japón concebido como una sociedad hiper-tecnológica, deshumanizada, nihilista y materialista. Esto es, cómo Japón ha venido incorporando la tecnología de vanguardia y una eficacia empresarial superlativa como rasgos «esenciales» de su identidad. Así, el tecno-orientalismo primerizo sitúa a Japón —Tokio— como el contrincante de Occidente en la disputa por el liderazgo en la modernidad y la hegemonía global en el futuro (Lozano, 2009: 3). Por lo tanto, podemos situar a Tokio como la primera imagen representativa en un plano urbano del desajuste semiótico definido por este distanciamiento.

Dentro de su organización urbana, los *sakariba* (espacios dedicados al ocio y al

consumo) representan el principal agente activo. Espacios que plantean una ambigüedad en la medida en que interconectan y materializan de manera concentrada las interacciones culturales al mismo tiempo que, estéticamente, proyectan una imagen futurista del espacio urbano. Lugares como el cruce de Shibuya o el barrio rojo de Kabukichō se han convertido en patios de recreo para el turista occidental; delimitados por una desvinculación con el entorno y ausencia de interacción que muestran muchos visitantes que se pone de manifiesto con la incomprensión de Tokio y, en última instancia, de Japón y los japoneses, ya sea desde un punto de vista positivo (idealización) o negativo (demonización). A través de todo esto, el visitante se ve (des)localizado dentro de un fiel reflejo al modelo desarrollista urbano capitalista, presente en los países posindustriales. No obstante, las particularidades culturales japonesas, reflejadas en el comportamiento de los locales, los neones con ideogramas o las dinámicas sociales urbanas, deslocalizan la sensación de integración del visitante y facilitan la aparición de una conducta esencialista al respecto de Tokio como paradigma de desarrollo urbano. Es decir, desde el recelo, Tokio se convierte en «el escenario para el futuro preestablecido en la imaginación global» (Gibson, *The Guardian*, 2001).

Por otro lado, los *sakariba* también suponen espacios «propensos a la coexistencia de mundos fragmentarios y disímiles, a esa “alucinación consensual” donde se refugian quienes escapan de las zonas laborales o públicas explícitamente reguladas» (García, s.f.: 246). Dicho de otro

modo, los *sakariba* también pueden ser entendidos como espacios asimilados con una serie de indicadores que, según el arquitecto Ito Toyo, describen el carácter futurista de Tokio; donde coinciden con la propia articulación de los *sakariba* en términos geomorfológicos, tecnológicos y de interacción cultural (Ito, 2000: 196). Por un lado, plantean una sensación laberíntica del espacio, el cual se encuentra inundado por ruidos tecnológicos caracterizados por la «debilidad de los hitos causada por esa propia geomorfología, pero también por la inaprensibilidad del lugar, debido a las aglomeraciones de anuncios, transeúntes o hiperiluminación; inaprensibilidad paradigmática por los extranjeros sobre todo a partir de su desconocimiento del idioma» (García Montiel, s.f.: 248).

Consecuentemente, Tokio plantea un mundo sin sustancia en el que la vida se desarrolla de manera despersonalizada, robóticamente, siguiendo únicamente los esquemas que parten de los símbolos de consumo presentes en su dinámica consumista. «Todo el espacio ha empezado a cambiar incesantemente como un signo de consumo» (Ito, 2000: 197-198). Desencadenando, de este modo, en una ciudad temporal creada por la estela de los cuerpos conformada a partir de un «espacio irreal que se crea por medio de los acontecimientos que se suceden como si fueran lanzados uno tras otro en el conjunto de la ciudad de Tokio».

En conclusión, podemos entender a Tokio como una «ciudad-cementerio» en la que sus residentes son el claro reflejo del fracaso epistémico de los valores imperantes en las sociedades globalizadas y occidentalizadas inherentes a la

posindustrialización. Una ciudad a menudo definida por y para Occidente, donde el entorno y sus habitantes nunca irán de la mano, salvo si esta unión tiene como resultado la incomprensión y el desdén. Ante la llegada de las Olimpiadas de 2020, Tokio presenta, con cada vez mayor intensidad, un modelo de ciudad temática focalizado en un turismo pseudo-étnico y en el consumo. Elementos enmascarados y alimentados por la admiración tecno-orientalista y el beneficio en términos culturales y económicos que permiten el giro auto-orientalista, que mantiene una apología del carácter nacional basado en el etnocentrismo residual resultante del colonialismo cognitivo europeo.

3. Tokio en las Olimpiadas de 1964 y 2020.

En el anterior apartado, se han enunciado diferentes características por las cuales Tokio, a través de su significación cultural como un epítome de la Modernidad y de la sociedad de consumo —imaginario impulsado también por un proceso de «auto-orientalismo» beneficioso para los objetivos económicos anhelados por la élite dominante (Beltrán, 2008)— se ha coronado bajo el modelo de una «ciudad temática» imbricada por un cada vez más influyente poder blando.

A continuación, se van a establecer los vínculos entre el imaginario de Tokio como símbolo del sueño desarrollista de las sociedades de consumo con un evento internacional de enorme calado político: las Olimpiadas. No cabe duda de que las Olimpiadas, además de ser un evento deportivo e internacional organizado por una industria económicamente

significativa, ofrecen la posibilidad al país organizador del evento de realizar un ejercicio de *marketing* con el cual desarrollar una retórica propagandística que reivindique un modelo de sociedad, así como los éxitos de un período histórico determinado.

Para ilustrar lo anteriormente expuesto acerca de las Olimpiadas, se pueden establecer conclusiones similares acerca de otras competiciones, como la Copa Mundial de Fútbol. No olvidemos el caso del mundial de España de 1982, organizado en pleno proceso de la Transición democrática, en el que, a pesar de la convulsa crisis económica que se vivió durante el fin del franquismo y el complicado contexto sociopolítico de entonces, se emprendieron importantes reformas económicas. Todo ello con el fin de posibilitar la organización de la competición, ya que: «el prestigio y la imagen del país a nivel internacional estaban en juego, y era necesario demostrar al mundo que la España democrática que estaba tratando de olvidar los años oscuros de la dictadura, estaba capacitada para afrontar la celebración de un evento deportivo de esa trascendencia» (Simón, 2012: 5).

Sin duda, ya regresando al caso nipón, una fase histórica que despertó el interés hacia el país fue el proceso económico conocido como el “milagro económico japonés”, en tanto que este fenómeno permitió al archipiélago incorporarse en la esfera internacional al bloque atlantista de los países del llamado Primer Mundo. Dicha fase de expansión del capitalismo japonés se inició en 1955 y sus virtudes, siempre bajo la óptica del *establishment*, quedaron simbolizadas a través de eventos como la

Expo de Osaka y las Olimpiadas de Tokio de 1964 (Shunya y David, 2003: 443). Consecuentemente, y de forma similar al ejemplo español previamente mencionado, las Olimpiadas de 1964 supusieron un punto de inflexión para la percepción internacional de Tokio, con cuyo hospedaje del evento se pretendió, por parte de las élites gobernantes, abandonar las ideas militaristas atribuidas a Japón y sustituirlas por una percepción que valorara su salto al desarrollo económico, sus avances tecnológicos y el asentamiento del modelo nipón de democracia liberal capitalista como un socio responsable en el ámbito global. Antes de que el evento fuese celebrado, el país fue aceptado como miembro del Fondo Monetario Internacional en 1953, en 1956 accedió a la Organización de Naciones Unidas y ocupó, entre 1958 y 1960, uno de los asientos rotatorios del Consejo de Seguridad (Junqueras, Madrid, Martínez y Pitarch, 2013: 272). Por lo tanto, es de esperar que dicha competición fuese el perfecto escaparate con el que establecer un nexo incuestionable entre los Juegos y la retórica de las élites de la posguerra nipona.

A pesar de que, quizá, apreciar la motivación política del evento no resultaba tan evidente en el siglo XX, a día de hoy es posible esgrimir argumentos con los cuales enlazar las Olimpiadas de 1964 y una intencionalidad de reformar el imaginario colectivo en torno al archipiélago. Prueba de ello fue, por ejemplo, el momento en que se dio apertura al *shinkansen* (tren bala), uno de los mayores símbolos de la innovación tecnológica del modelo japonés de posguerra: sus primeros viajes se produjeron apenas unos días antes de la

ceremonia de apertura de los Juegos (Tagsold, 2009: 2). Por otro lado, dado que el Comité Olímpico se veía regulado por la influencia del Ministerio de Educación, resulta llamativo señalar algunos de los aspectos reivindicados por el evento: la figura del Emperador Hirohito, considerado oficialmente como el «patrón» de los Juegos (ver el Informe oficial del Comité Organizador de los Juegos Olímpicos de Tokio, 1964); *hinomaru*, la bandera del Sol Naciente, que, considerada militarista y polémica por algunos sectores de la sociedad, no fue establecida como un símbolo oficial hasta 1999; y, por último, las Fuerzas de Auto-Defensa, creadas en 1954 ante el fin de la guerra de Corea y el cambio sustancial experimentado en los intereses geopolíticos estadounidenses, a pesar de que en el artículo 9 de la Constitución de 1947 se prohíbe la organización de fuerzas de potencial bélico. A todos estos símbolos nacionales se les pretendió «liberar» de una carga semiótica asociada a los horrores de la Segunda Guerra Mundial, en favor de una reivindicación de éstos como símbolos de la

paz (Tagsold, 2009: 2).

Así pues, si las Olimpiadas de 1964 propulsaron una oportunidad para reivindicar los aciertos de unas estrategias económicas y una simbología determinada valiéndose de una megalópolis modernizada en el contexto de la posguerra japonesa ¿qué sucede con las Olimpiadas de 2020? En esta ocasión, la retórica del evento, aún por celebrarse, se basa, como dijimos, en unos valores culturamente esencializados. Estos dan forma a la bandera que ondeará en el archipiélago en los próximos Juegos Olímpicos: la «Marca Japón» (*Cool Japan*).

La *Cool Japan* consiste en un ejercicio político-económico que trata de impulsar el rol del gobierno japonés en el mercado global (Choo, 2012: 83). Dado que la capacidad de mediación internacional del archipiélago aún se ve limitada en detrimento de otros actores como los Estados Unidos, la apuesta por Japón reside en el poder blanco y la reivindicación de la cultura popular (*anime*, *manga*, videojuegos o *doramas*) de cara a los países extranjeros.



Marina de las Fuerzas de Auto-Defensa portan la bandera olímpica
Informe oficial del Comité Organizador de los Juegos Olímpicos de Tokio, 1964
(imagen extraída de: <http://library.la84.org/6oic/OfficialReports/1964/or1964v1pt1.pdf>).

En otras palabras, la *Cool Japan* es una vía para transformar la cultura pop en un pilar indispensable de una marca Japón que muestre la imagen más amable del país, siguiendo una estrategia de auto-orientalización frente a la otredad occidental para realizar una representación interesada de la cultura y la sociedad japonesa (Beltrán, 2008: 271). Esto no podría haber sido posible, por supuesto, sin la expansión de los productos de la cultura popular de masas en el mercado euroamericano.

Dado que en nuestro mundo contemporáneo ya no es necesario legitimar el proyecto político estatal a través de los valores de progreso y crecimiento económico, pues ya resulta evidente la realidad de Japón como país desarrollado en el marco de las economías capitalistas, las Olimpiadas de Tokio 2020 encuentran en el nacionalismo amable de la *Cool Japan* y en el espíritu de la sociedad de consumo una estrategia efectiva para atraer las simpatías extranjeras y dejar atrás cicatrices incómodas como la de Fukushima, en donde se celebrarán, como se ha anunciado en el Twitter oficial de Tokyo 2020 (*Tokyo2020*) partidos de *softball* y béisbol durante la competición venidera, aún a pesar de las polémicas que pudiera suscitar tal resolución (Ryall, *The Telegraph*, 2017).

Podemos encontrar un ejemplo claro de lo expuesto en la presentación de Tokio 2020 realizada en las Olimpiadas de Río de Janeiro (2016) (*Team Scarlet Snow Belo*): en él aparecen personajes de *Captain Tsubasa*, *Doraemon*, *Super Mario* o *Hello Kitty*; todos ellos mantienen en común su carácter transfronterizo, dado que están también

presentes en la vida de muchos europeos y americanos. Asimismo, el éxito de estos protagonistas de manga, anime y videojuegos, géneros que han hecho de Japón una potencia cultural, debe mucho a la causa de que en ellos se percibe la imagen idealizada con la que habitualmente se asocia a Japón como «país de valores posmodernos que, a su vez, respetan, valoran y se nutren de la cultura tradicional.» (Madrid y Martínez, 2010:51).

4. Conclusiones.

A la luz de lo analizado anteriormente, y a modo de conclusión, podemos afirmar que Tokio puede ser concebido como epicentro urbano de las dinámicas de poder japonesas, basadas en una simpatía planeada e impulsada por unas élites que detentan la facultad de definir y representar a la megalópolis en función de unos intereses económicos más o menos explícitos, que encuentran en el auto-orientalismo una herramienta provechosa.

Desde la Segunda Guerra Mundial, el papel global de Japón no se ha visto alterado en profundidad, con la excepción de las maneras de presentarse ante el mundo desarrollado, las cuales tienden a adaptarse a los requerimientos geopolíticos del momento histórico. En todo esto, Tokio es un referente de interés de cara al análisis del imaginario desarrollista, tanto a niveles geográficos como culturales, basado en la sociedad de consumo, obviando otros aspectos más sombríos presentes en la historia japonesa, tales como la catástrofe de Fukushima o los horrores de la Segunda Guerra Mundial, fenómenos cuyas consecuencias han sido suavizadas en la retórica oficial de las Olimpiadas de 1964 y 2020.

5. Bibliografía

- BELTRÁN, Joaquín, «Orientalismo, auto-orientalismo e interculturalidad de Asia Oriental», *Nuevas Perspectivas de Investigación Sobre Asia Pacífico*, vol. 2 (Edición aumentada), 2008, pp.257-273.
- Constitución Política Japonesa de 1947, en: http://cu.embjapan.go.jp/es/docs/constitucion_japon.pdf
- Informe oficial del Comité Organizador de los Juegos Olímpicos de Tokio de 1964, en: <http://library.la84.org/6oic/OfficialReports/1964/or1964v1pt1.pdf>
- KUKHEE, Choo, «"Nationalization cool": Japan's government's global policy towards the content industry », en BEN-ARI, Eyal, *Popular Culture and the State in East and Southeast Asia*, Londres, Routledge, 2012.
- GARCÍA MONTIEL, Emilio, «Tokio como ciudad del futuro: imágenes e imaginarios», en: www.eumed.net/rev/rucc/17-18/
- GIBSON, William, The Guardian, 2001, «Modern boys and mobile girls», en: <https://www.theguardian.com/books/2001/apr/01/sciencefictionfantasyandhorror.features>
- ITO, Toyo, «¿Cómo será la realidad de la arquitectura en la ciudad del futuro?», *Escritos*, Murcia, Colegio Oficial de Aparejadores y Arquitectos Técnicos, 2000.
- JUNQUERAS, Oriol, (et al.), *Historia de Japón: Economía, Política y Sociedad*, Barcelona, UOC, 2012.
- LOZANO MÉNDEZ, Artur, «Genealogía del Tecno-orientalismo», *Inter Asia Papers*, vol. 2, 2009, pp.1-64.
- MADRID, Dani y MARTÍNEZ, Guillermo, «La ola nipona: consumo de cultura popular japonesa en España», *CEIAP*, vol. 3, 2010, pp.49-61.
- NYE, Joseph S. Jr., «Public Diplomacy and Soft Power», *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, vol. 616, 2008, pp.94-109.
- RYALL, Julian, The Telegraph, 2017, «Anger as Fukushima to host Olympic events during Tokyo 2020», en: <https://www.telegraph.co.uk/olympics/2017/03/17/anger-fukushima-host-olympic-events-tokyo-2020-games/>
- SHUNYA, Yoshimi y BUIST, David, «Americanization in postwar Japan and Asia during the Cold War», *Inter-Asia Cultural Studies*, vol. 4, 2003, pp. 433-450.
- SIMON, Juan Antonio, «El mundial de fútbol de 1982: escaparate de la nueva democracia española», *Materiales para la Historia del Deporte*, vol. 10, 2012, pp.87-104.
- TAGSOLD, Christian, «The 1964 Tokyo Olympics as Political Games», *The Asia-Pacific Journal*, vol.23, 2009.
- TEAM SCARLET SNOW BELO, «Tokyo 2020 ft. Doraemon and Super Mario», en: <https://www.youtube.com/watch?v=xIFXXYAsJRU>
- Tokyo2020, «Azuma Stadium in Fukushima Will Host #Tokyo2020 Baseball/Softball Games, showcasing recovery & the power of sport <https://tokyo2020.org/en/news/notice...>» en: <https://twitter.com/Tokyo2020/status/842596955628883968>
- UMEDA, Sayuri, «Japan: Interpretations of Article 9 of the Constitution», en: <https://www.loc.gov/law/help/japan-constitution/japan-interpretations-article-9.pdf>

Notas

1. Trabajo que resultó ganador en la Sexta Edición del Premio a la Investigación “Revista Kokoro”.
2. Para ampliar sobre esta cuestión, ver: NYE, J. S., “Soft power”, *Foreign policy*, nº 80, 1990, pp.153-171.