



# Revista Asia América Latina

ISSN 2524-9347

Grupo de Estudios sobre Asia y América Latina  
Instituto de Estudios de América Latina y el Caribe  
Universidad de Buenos Aires



## EL SIGNIFICADO DE LA DOCENCIA DE LOS ESTUDIOS ASIÁTICOS EN COLOMBIA

## THE SIGNIFICANCE OF TEACHING ASIAN STUDIES IN COLOMBIA

**Betsy Forero Montoya** 

Universidad de los Andes  
bs.forero@uniandes.edu.co

Fecha de recepción: 14/08/2022

Fecha de aceptación: 28/10/2022

**RESUMEN:** Este artículo propone pensar Asia como un espacio de aprendizaje que, en el contexto colombiano y universitario, significa una invitación a pensar lo otro, lo que es distante y desconocido, y puede ser un primer paso para repensar lo nuestro, lo que ya hemos establecido sin cuestionamientos. En la primera parte, el texto describe a Asia como un espacio de significados que no puede ser traducido de forma literal, ni partiendo desde una perspectiva ajena a Asia simplemente. Se hace énfasis en Asia como una construcción social diferente, y se expone la pertinencia del conocimiento asiático –de esa otra alternativa–, en la academia colombiana hoy. En segundo lugar –y a manera de ejemplo–, se presenta el caso de Japón como una región, una cultura y un objeto de estudio en el salón de clase (el curso *Cultura popular en Japón*). Se explica la perspectiva del curso y cómo el proceso de análisis de la cultura popular japonesa conduce a reconsiderar, cuestionar y asumir una postura crítica fundamentada sobre Asia, Japón, y también Colombia y América Latina.

**PALABRAS CLAVE:** estudios asiáticos, Japón, Colombia, América Latina, educación universitaria, alteridad

**ABSTRACT:** This paper proposes to think of Asia as a proper learning space. This implies an opportunity to analyze the distant and unknown Other, and this can be a first step in rethinking the already established and institutionalized We. The first part describes Asia as a space made up of meanings that cannot be literally translated and cannot be simply approached from a distant perspective. The article emphasizes Asia as a

different social construct and presents the relevance of Asian knowledge in our academy today. The second part presents Japan as an example of a region, culture, and object of study in the classroom—in the course *Popular Culture in Japan*. It elaborates on the perspective of the course and on how approaching Japan becomes an alternative to reconsider, question, and have a critical position about Asia, Japan and Colombia, and Latin America as well.

KEYWORDS: Asian Studies, Japan, Colombia, Latin America, Undergraduate Education, Otherness

## Introducción

Los estudios asiáticos en una universidad colombiana significan la puesta en práctica, desde la misma academia, de los fundamentos de programas que cuestionan el universalismo académico y promueven la inter/transculturalidad. Más que ser parte de los estudios de área, se constituye como una posibilidad de análisis transregional que enriquece una postura crítica frente a lo nuestro, lo colombiano. Los estudios asiáticos en este país latinoamericano se convierten en un espacio que lleva a sus participantes al juego entre eso y esto, entre cómo *nos* pensamos y cómo *los* pensamos, una dinámica permanente de la otredad vivida en clases de artes, culturas y lenguas asiáticas.

Las siguientes páginas constituyen lo que puede ser una articulación del campo de los estudios asiáticos a nivel universitario en Colombia. Primero, se consideran algunas particularidades de Asia, de los procesos de aproximación a esta región en la Universidad de los Andes, y de la pertinencia de un espacio asiático en la academia hoy. Después, con el fin de precisar por medio de la explicación de *Cultura popular en Japón* —uno de los cursos del área—, se exponen brevemente algunas particularidades de uno de los países asiáticos con mayor presencia en Colombia.

## La academia y el aprendizaje de Asia hoy

La existencia de Asia en la Universidad de los Andes no constituye solamente un campo pionero en el estudio de esta región a nivel nacional, sino que desde que empezó a desarrollarse en los años ochenta con la creación del Centro de Estudios Asiáticos, implicó un diálogo entre realidades bastante lejanas geográficamente: una conversación entre culturas. Abrió las puertas a nuevos interrogantes, a la admiración y a la sorpresa, y aunque estas respuestas podrían llegar a actuar de manera restrictiva al tipificar a Asia, ya se señalaban formas diferentes de hablar y escribir, de significar.

Por ello, sin hacerlo explícitamente, los análisis de culturas y regiones asiáticas como la china continental, la taiwanesa, la japonesa, la india, la tailandesa y la coreana, ya entonces invitaban a la comunidad estudiantil y académica a comprender que no hay una sola forma de «hacer mundo», que hay tantas realidades como sociedades. Artes, costumbres, palabras diferentes indicaban la existencia de más de una posibilidad, más de una verdad.

La misma existencia de cursos que han promovido el aprendizaje alrededor de culturas que comúnmente no están en la tradición intelectual ha indicado un avance hacia la descentralización del conocimiento. Si es cierto que el orden del saber (como hoy lo aceptamos) se fundamenta en la filosofía grecorromana, mientras el concepto de las ciencias sociales nació en el mundo europeo –sin pretender un enfrentamiento– los cursos sobre culturas y regiones de Asia muestran otras formas del sentido, que se salen de lo logocéntrico.

Otros propósitos –así como otras agrupaciones o clasificaciones del saber y perspectivas– conducen indirectamente a una reflexión sobre el egocentrismo de la academia tal y como la conocemos, pero sobre todo fomentan la postura crítica de los estudiantes frente a ese conocimiento que parece incuestionable. Lo curioso es que, al implicar diferencia y contraste, la presencia de Asia legitima una aproximación epistemológica logocéntrica, y al mismo tiempo es un paso hacia un futuro que la reconozca abiertamente como otro modo posible de estar y hacer mundo, que sea válido y valioso académicamente.

Aunque aún no se ha establecido el reconocimiento del saber asiático al mismo nivel que el euro-norteamericano, a lo largo de los años, este pequeño paso en la Universidad –representado en las clases de artes y culturas de Asia– sí ha abierto un espacio en el que se ha fortalecido la difusión de Asia como una identidad posible fuera del marco de subordinación que supone la dominación euro-norteamericana, como una identidad plural y heterogénea en su interior. También muy recientemente, se ha abordado el análisis de las circunstancias que han contribuido a la expansión global de sus culturas. Primero, se ha reconocido la necesidad de ampliar el horizonte de lo extranjero; por ello, lo inglés y lo francés han dejado de ser las únicas lenguas-culturas de interés.

Además, se ha señalado como propósito que Asia sea un objeto dinámico de estudio, ya que se procura trascenderlo como eso que es distante, observable y caracterizable: que Asia sea desde ella misma. Ubicarse al otro lado del océano hace difícil esta tarea, pero se evidencia un logro cuando, al conocer sobre las culturas de Asia algo mínimo como un solo hecho histórico, una pintura, una danza, un libro o un fenómeno, se es consciente de la diferencia y –en el mejor de los casos– se trabaja para dejar de lado los ojos de extrañeza exotizante. Esto requiere un trabajo de concientización de la

necesidad de comprender ese algo primero en su propio contexto, o de trabajar para entender que hay conceptos de la vida –o de lo bueno y lo malo– arraigados en las estructuras sociales, que son diferentes entre las culturas.

El concepto de amor, por ejemplo, como se ha normalizado en Colombia –es decir el amor romántico, o el que es muy emocional y se ha considerado natural– es la base del matrimonio. Sin embargo, en muchas zonas del continente asiático, como India o Japón, este amor no es la base de una unión marital, que en cambio sí puede ser concertada atendiendo aspectos financieros o inclusive supersticiosos.

Ahora que el mundo globalizado también ha contribuido al acercamiento de estas lejanas culturas, la expansión es aún más latente, por lo que el análisis se desplaza para incluir la comprensión del fenómeno global. ¿Qué es Asia hoy y qué era antes? ¿Qué se conoce de ella? ¿Cómo, de qué forma, y por qué interactúa con la población común colombiana o latinoamericana? Estas son algunas de las preguntas que han surgido, y que demuestran la creciente pertinencia de este campo de estudios hoy.

En el discurso académico actual, diversos países de Asia son casos que permiten el análisis de la globalización con temáticas como el transnacionalismo, lo local versus lo global, el consumo (cultural) e, inclusive, el desarrollo. El crecimiento de Asia en los últimos años y su impacto en la escena geopolítica global y en el espacio cultural contemporáneo –que comprende el arte, la política, la economía y lo social– ameritan su estudio.

Antes de continuar, se debe precisar que se nombra a Asia –no a Oriente–, con el ánimo de escapar de la división del mundo en Occidente versus Oriente, que es una comprensión de la realidad global eurocentrista. No obstante, es necesario destacar también que «Asia» no deja de ser un término problemático, pues impone –bajo una misma agrupación– una gran heterogeneidad lingüístico-cultural; de hecho, una de las preocupaciones de los estudios culturales en Asia es la pregunta por el *ser asiático* (Ge, 2007).

Esta pluralidad hace casi imposible la existencia de expertos en Asia, pero lo que sí permite es especialistas en ciertas regiones, ciertos aspectos de Asia o de algún país o comunidad en la región. Resulta, entonces, ambicioso –e inclusive pretencioso y fácilmente cuestionable– hablar de estudios asiáticos. Aún consciente de ello, en este artículo se los refiere de esa manera porque se constituye en un campo de análisis complejo que, como unidad que se reconoce en la heterogeneidad, es una alternativa sólida a las propuestas de los saberes canónicos.

Los estudios asiáticos suceden como un proyecto que en la Universidad de los Andes ya ha cumplido más de tres décadas, y sigue en progreso. El Centro de Estudios Asiáticos se incorporó como área al Departamento de Lenguajes y Estudios Socioculturales. Luego, en 2007, se creó el Instituto Confucio, en 2018, el Centro del Japón, y en 2019, la Facultad de Artes y

Humanidades decidió fortalecer sus proyectos académicos relacionados con Asia. De tal forma, si bien ha habido un mayor énfasis en China y Japón, con la aparición de otros países, como Corea, India, y Filipinas, el espacio está abierto para ampliar los horizontes y proponer formas alternativas al orden establecido de hacer mundo.

Una de las formas en las que el campo de análisis sobre Asia prueba sincronizarse con la academia colombiana es la variedad de dinámicas de la otredad que tienen la posibilidad de evolucionar hacia el reconocimiento del lugar de lo diferente. Para empezar, los estudios asiáticos pueden causar el dilema que supondría desenfocarnos del euronorteamericanocentrismo que caracteriza a la academia en Colombia y América Latina. Es cierto que, poco a poco, durante el siglo XX el intelectualismo en el continente asiático se ha impuesto, y el sistema de aprendizaje se ha ido sometiendo a las estructuras hegemónicas extranjeras que han exigido y normalizado la existencia de universidades, facultades, asignaturas, categorías profesoras, producción bibliográfica y calificaciones, y han regido su funcionamiento.

La diferencia radica en que allí se le ha abierto un espacio a lo que no coincide con este pensamiento, y que lo precedía. Ha habido una especie de negociación que le da un estatus equivalente a programas profesionales que en español llamaríamos, por ejemplo, medicinas alternativas, botánica, pintura en tinta china, artes escénicas o administración doméstica. Es decir, algunos de los saberes asiáticos han entrado al orden creado en el extranjero, e inclusive han tenido algo de eco fuera de Asia en las últimas décadas.

Otro hecho a resaltar es que –paralelo a la estructura académica heredada de Europa y Norteamérica– hay sistemas de formación y profesionalización válidos y altamente respetados, que generalmente desarrollan el saber propio asiático en las artes y las ciencias. Podrían describirse como escuelas o espacios de entrenamiento con un maestro, donde se desarrolla un aprendizaje específico sobre, por ejemplo, cerámica, caligrafía o algún instrumento musical. En ocasiones –como sucede con la práctica del *tea sado*– el nivel de conocimiento se reconoce con certificados que solo pueden recibirse después de bastante tiempo de estudio o práctica, y a veces acreditarse en el último nivel es casi imposible o sucede después de varias décadas.

El aprendizaje en varios segmentos de las sociedades asiáticas no se entiende como un proceso limitado a aprobar un listado de asignaturas en determinados meses o años. Es una práctica de vida que sirve tanto para subsistir en una sociedad capitalista como para cultivar el desarrollo del ser humano; pero, sobre todo, es un proceso que no culmina, pues siempre habrá algo más que aprender, y por ello no existe el afán de terminar.

Algo de este conocimiento ha sido exportado desde los países asiáticos, y lo conocemos, aunque en nuestro contexto se traduzca como un campo alternativo que difiere del conocimiento normativo. Allí se encuentran cientos

de prácticas y campos de aprendizaje que no se han nombrado en español o no han sido difundidos con su nombre original. La acupuntura, en medicina, está dentro de los pocos que sí empezamos a conocer y reconocer. La inclusión de cualquiera de estos contenidos en la educación formal de nuestro contexto latinoamericano supondría una enriquecida y pacífica alternativa al saber consolidado.

Asimismo, un campo de estudios asiáticos promueve llegar a Asia desde Asia misma, o por lo menos a ser conscientes de que predominan los textos orientalistas, y que las culturas de asiáticas han sido construidas y fijadas durante los períodos de hegemonía europea y estadounidense. Podría pensarse que una perspectiva poscolonial está ya desgastada, pero aún es muy pertinente pues seguimos viendo a Asia como lo exótico, lo raro e –inclusive– lo parroquial, provinciano e incivilizado.

Los estudios asiáticos enseñan a mirar con desconfianza, a cuestionar y poner en duda las representaciones culturales totalizadoras y reduccionistas de lo asiático; es una práctica del análisis de los discursos presentados como verdaderos y posicionados por el poder de la academia, los medios, y demás instituciones religiosas, políticas o sociales. El campo se alimenta, entonces, de la iniciativa de entender esos otros mundos desde ellos mismos, y de interrogarse ante la documentación de lo exótico y lo colorido, la tipificación de lo espiritual, la afirmación de lo oriental, incivilizado y no desarrollado que se puede encontrar en algunos medios de comunicación, los relatos de turistas o visitantes de estancias cortas, o los discursos académicos que con frecuencia son euronorteamericanos, pero también de origen asiático.

El estudio de Asia da cabida a la diferencia, a entender procesos de construcción de la realidad que no son iguales, pero sí son igualmente posibles. Saber que la vida y la muerte, la familia, el trabajo, el matrimonio, la amistad, el amor, la belleza, el cuerpo, la tradición, Occidente o cualquiera de las categorías que no nos detenemos a cuestionar –pues se han fijado en nuestra sociedad– significan algo diferente, contribuye a ampliar las perspectivas, a conocer y pensar al otro, pero al mismo tiempo a repensar lo nuestro.

Es así cuando se llega a entender que, por ejemplo, en algunas culturas asiáticas los cuerpos muy pequeños, rectos y planos son apreciados, que las uniones matrimoniales entre parientes son más que deseables, que el cuerpo se alinea con el alma y no es el que la corrompe, o que América Latina no hace parte del mundo occidental, la realidad como construcción social –es decir, como aquello creado, desarrollado, transmitido y preservado por instituciones sociales al punto de que lo damos por hecho sin cuestionarlo (Berger y Luckmann, 1966)– se hace más palpable y creíble.

De hecho, algunos conceptos a veces llegan en términos de difícil traducción al español o al inglés, y requieren de una apertura a aquello que no existe en nuestro mundo. El estudio de Asia, por lo tanto, se convierte en una

aproximación a sus lenguas, que puede derivar en su estudio serio. En ocasiones, el proceso contrario sucede, es decir, el interés por la lengua antecede aquel por la cultura, pero en cualquiera de los dos casos, hay espacio para una reflexión sobre la lengua, la comprensión de que lengua y cultura son una sola unidad, y de que no toda lengua-cultura es completamente traducible. Hasta el estudio de la gramática de las lenguas se convierte en el estudio de su cultura. Cuando se logra entender que allí no operan las categorías gramaticales de las lenguas indoeuropeas, estas lenguas asiáticas como mundos diferentes cobran sentido.

También en relación con el asunto lingüístico, cabe mencionar casos específicos, como las partículas del japonés que coinciden a veces con nuestras preposiciones, la aparente ausencia de los verbos copulativos en el chino, y los verbos descriptivos coreanos que a veces cumplen la función de nuestros adjetivos. El reto que tienen los profesores de lenguas asiáticas al explicar gramática en español es una evidencia del sentido hecho bajo otros órdenes.

Un análisis detallado de los sistemas de escritura –de por sí tan variados en Asia–, el léxico y la sintaxis –entre otros– confirma que la estructura de estos idiomas guarda su forma de significar en la cultura. Se observa que la lengua misma habla del funcionamiento de la sociedad, las estructuras de poder, las representaciones de los mundos propios y foráneos, la construcción de su identidad, su etnicidad o su nación, y la globalización.

Este encuentro con la diferencia que supone Asia –que no nos exime de posibles rasgos de similitud– implica el encuentro consigo mismo. Es reconocerse o construirse; para el objetivo de este ensayo, como colombianos o latinoamericanos. Es entender nuestro lugar con respecto a Asia y el mundo, y comprender qué es «lo nuestro», si lo hay.

Al enfrentarse a sociedades que abiertamente en su día a día se diferencian y se defienden de las influencias europeas y estadounidenses –un proceso en el que resalta el valor de la tradición–, los estudios asiáticos invitan a pensar lo que reconocemos como autóctono o como apropiación, y el valor que le damos. Nos permiten discutir qué es la tradición, qué es original, qué ha sido impuesto, qué es adaptado y compartido, qué prácticas e historias aceptamos y cómo nos reconocemos ante ellas, y qué nos hace diferentes o similares en un grupo. Es decir, promueven un análisis permanente que nos relaciona con otros.

### **Sobre los pasos de este análisis**

Para precisar un poco más todo lo anterior, en este ensayo se aborda *Cultura popular en Japón*, un curso que se sustenta como un espacio para reconocer nuestras perspectivas sobre este país asiático, así como cuestionarlas y apreciarlas con fundamentos, con el propósito de promover un

entendimiento de las culturas de Asia –en este caso la japonesa– más allá de lo aparente y lo común en nuestro contexto. Es necesario enfatizar que el análisis se propone como un caso de estudio de un programa sobre una de las culturas que integran el territorio que llamamos «Asia» y, de esta forma, se aleja del discurso totalizante que se ha cuestionado hasta ahora en este ensayo.

No se pretende usar a Japón para hablar en nombre toda Asia –ni siquiera de toda Asia Orienta–, pero sí se considera que una discusión sobre Japón aporta al contexto más amplio de los estudios asiáticos. En nuestra academia, se le ha clasificado dentro de esta área de estudio. Desde donde nos situamos, Japón se reconoce como parte de Asia a pesar de que, en el campo de los estudios culturales asiáticos, esta afiliación es debatida con frecuencia debido a su actividad imperialista y colonizadora desde finales del siglo XIX. Inclusive, dentro de Japón –desde aquella época– se ha vivido el debate de la pertinencia de lo asiático en la construcción de la identidad japonesa (Chen, 2010). Estas son posturas que merecen un profundo análisis en futuros abordajes.

Específicamente, la motivación de centrarse en *Cultura popular en Japón* viene de dos hechos. El primero, es que se trata de un curso de pregrado que se ha destacado dentro de la oferta de la Universidad de los Andes por crecer rápidamente en número de estudiantes. Inició con quince participantes en 2012, y llegó a tener un poco más de noventa en 2016, hasta que –por razones institucionales– más recientemente el cupo se restringió a cincuenta. Además, años después se expandió al transformarse en una materia de maestría, y también en un curso para un público de educación no formal.

En segundo lugar, en este curso se reúne un gran grupo de fanáticos del mundo japonés: estudiantes muy activos que a lo largo de muchas sesiones –durante diez años– han puesto en evidencia la popularización de los estereotipos sobre Japón en Colombia. Han sido frecuentes las dinámicas de alteridad y esencialización que llevan a categorizaciones de la cultura japonesa –y, por comparación, la colombiana– a través de percepciones como la disciplina, la armonía o también lo *freak*, que se atribuye a los japoneses, y la irresponsabilidad o la alegría, a los colombianos.

Estos estereotipos resultan problemáticos, al ser una representación exagerada y distorsionada de un grupo de personas a través de su reducción a un pequeño y simplificado grupo de características incambiables y naturalizadas (Hall, 1997). Ante este contexto, la clase se ha convertido en un escenario y una plataforma para cuestionar –y quizás desestabilizar o descentralizar– estos estereotipos sobre Japón, y a su vez ha posibilitado la observación participativa por parte de la docente.

## El aprendizaje de Japón en un salón de clase

En términos generales, *Cultura popular en Japón* inicia con una discusión sobre la globalización de la cultura japonesa y luego se detiene en fenómenos como el de las subculturas, y en géneros o artefactos culturales específicos. Sus participantes son adultos jóvenes que –a través del tránsito por las temáticas propuestas– encuentran en el curso un lugar para entenderse y analizarse a sí mismos como consumidores de productos culturales, y por ello como actores en la producción y reproducción –o quizás el cuestionamiento– de creencias e imaginarios sobre la cultura, en este caso la japonesa.

Los participantes ya conocen «un Japón», pero se cruzan con otras versiones no imaginadas o no pensadas comúnmente por su generación. Aquí, reconocen que Japón no es solamente el mundo pop de los videojuegos, el anime y el *J-pop*, sino que hay otro, que inicialmente es menos atractivo para ellos, pero que –como aprenden en el curso– para muchos japoneses representa su verdadera cultura. Se trata del Japón que han llamado «tradicional».

El *ukiyo-e*, algunas formas teatrales y los ritos performativos regionales sintoístas, entre muchos otros, hicieron parte de la cultura popular japonesa anterior al período Meiji (1868-1912). Gozaban de una gran audiencia y eran una producción del y para el pueblo, lo que además prueba la existencia de procesos de globalización previos al siglo XX en Asia, específicamente, del contacto con países como China y Corea. Fueron consumidos por la población general durante años, aunque al contacto con Europa y Norteamérica algunos fueron reestructurados y catalogados como originarios de Japón. Con la llegada de Estados Unidos a Japón en la segunda mitad del siglo XX, mucho fue estilizado o reinventado para ser digno de presentarse al visitante extranjero; en ocasiones, su valor económico se elevó, y con los años recibió el rótulo de tradición.

En este sentido, el curso muestra cómo lo popular se estilizó, y pasó a ser tradicional y a alejarse de parte de la población común, y cómo, sin embargo, actualmente no todo lo calificado como «original», «antiguo» y «propio» de la cultura se opone a lo popular en Japón, sino que –por el contrario– muchos productos son de consumo interno masivo para niños, jóvenes y adultos. Es así que hay objetos que se conectan con la tradición y son comprados, vistos, oídos o consumidos: como las colecciones de kimonos cada año, los accesorios heredados de un Japón medieval o feudal que aún se usan como peinetas, o las bolsas o juguetes de madera.

También, por otra parte, los accesorios de objetos propios del mundo contemporáneo, como los llaveros o las fundas de teléfonos o computadoras que imitan formas del pasado como carretas, techos, armaduras, etcétera. De manera similar, existen telenovelas ambientadas en épocas antiguas, y se

mantienen los festivales en los templos y las representaciones del teatro *kabuki* o *bunraku*. Estos, además, no han sido –ni son– solamente productos de consumo masivo, sino también espacios que discuten o invitan a una discusión sobre la transformación y el día a día de esta sociedad que –por azar, como todas– es parte del continente asiático.

En el Japón anterior a 1868 –cuando oficialmente se inicia el proceso de modernización– no había referencia al término cultura popular, pero sí había una alta producción que rodeaba la vida diaria del pueblo, proporcionaba entretenimiento y mostraba la interrelación entre la sociedad, la política y la economía del momento. Había contenidos diversos que se transmitían en narraciones escritas en rollos ilustrados, cantos o historias de teatro como *bunraku*; muchos invitaban a una crítica de la sociedad y promovían el libre actuar. En medio de los distintos tipos de artes escénicas, pintura o poesía, las clases bajas y medias encontraban un espacio de resistencia que se fundamentaba en la burla y la ironía.

Era un contenido atractivo y, por ello, difundido de voz a voz, que llegaba a alcanzar una gran popularidad. Esto condujo a que en distintos momentos previos al siglo XX, especialmente durante el período Edo (1602-1868), se censuraran obras de teatro *kabuki*, obras literarias y grabados *ukiyo-e*, juzgados por tener contenido político o atentar contra el orden impuesto por la casa imperial y el shogunato. Cabe resaltar, finalmente, que no era esa la era de las comunicaciones, pero –guardando las proporciones– sí circulaban contenidos culturales de forma masiva.

Los contenidos populares japoneses de hoy combinan elementos de la tradición con invenciones posmodernas, lo que hace que trasciendan el tiempo y lleguen a la generación de la era digital. Las novelas gráficas y los videojuegos, los programas de *vocaloid* y los *VTubers* se suman a los ya comunes manga, anime y *J-pop* para construir un Japón que congrega nuevas y pasadas invenciones. Los contenidos varían, y pueden ser muy contemporáneos y dar cuenta de un Japón globalizado e internacionalizado, con influencia extranjera que incluye el inglés y otras lenguas en sus canciones, o que come en KFC y disfruta de Disney Tokyo, eso sí siempre a su manera.

Japón es una cultura que hábilmente moldea y adapta lo importado de forma que lo mimetiza dentro del consumo nacional, así conserve rastros de lo extranjero. De esta manera, es posible encontrar un sándwich de fresas con crema junto a otro de fideos, y frente a uno de jamón. No obstante, los contenidos también hacen presente lo antiguo, y el ejemplo por excelencia en este caso es el tema samurái, que en distintos productos culturales (videojuegos, historietas, música, etcétera) se traduce en la presencia de artefactos como la espada, la armadura, el uso de un vocabulario particular, o la práctica del kendo.

Lo tradicional combinado con lo posmoderno –y esto por sí solo– han hecho de Japón (y de Asia), un tema obligado cuando se habla de cultura popular en la actualidad. Sin embargo, entrado el siglo XX, con el fortalecimiento de la industria cinematográfica y musical –acompañado de la popularidad que alcanzaban los medios masivos como la prensa, las revistas y la radio y su consumo por parte de una clase trabajadora en formación y creciente, regida por una nueva monarquía democrática–, la cultura popular se convirtió en foco de atención.

Simultáneamente, el marxismo ingresó a Japón para desarrollarse como teoría de la sociedad, lo que influyó en los académicos de la época que se centraban en las particularidades de este consumo de productos no muy estilizados y con influencia extranjera, pero atractivos para la clase trabajadora. Quisieron saber cuál era el impacto en el diario vivir, el lugar que los consumidores le daban con relación a lo tradicionalmente japonés, y qué fuerzas interactuaban en esa nueva dinámica de consumo cultural. También, sostenían que –bajo la situación que imponía el nuevo sistema político y la influencia de los medios– las clases trabajadoras tenían la capacidad de convertirse en productores de cultura popular (Tamari, 2006). Es decir, en Japón (y quizás en Asia) se discutía sobre cultura popular en el período anterior a la Segunda Guerra Mundial, que es el momento en el que esta discusión aparece en la academia europea.

Las temáticas alrededor de la cultura popular japonesa se desplazaron a lo largo de distintas épocas. Los fanáticos del pop japonés asocian este mundo con la juventud, y se sorprenden al notar que la cultura popular interactúa con todas las edades. Está el adulto japonés extraño que gusta del anime y el manga, géneros que se atribuyen principalmente a la juventud; pero también está el adulto o el joven que gusta de productos quizás menos atractivos, como el género musical *enka*, la danza-teatro *butoh* o el cine *J-horror*. De esta forma, se desvanecen los estereotipos asociados al consumo cultural por edad, y nace la inquietud sobre qué relaciona todos estos productos.

Las conexiones se hallan en el desarrollo de la sociedad de la posguerra, desilusionada, sin esperanzas y en un proceso de industrialización acelerado. Este Japón difiere del mundo pop imaginado; por esto, entre los estudiantes surge la necesidad de pensarlo y asumir una posición crítica. Para ello, es de utilidad saber que la cultura popular japonesa contemporánea difundida dentro o fuera de Japón nace luego de la guerra. Una atmósfera de depresión, caos social y crisis de identidad nacional es lo que da lugar a muchos contenidos que –irónicamente– hoy son vendidos y leídos como *cool*.

Tras ser derrotados y perder todo el gran orgullo de imperio-nación, Japón recibió un impulso financiero por parte de Estados Unidos. Con una actitud de resignación, los japoneses se enfrentaron a una sociedad que sentían influenciada por la presencia invasora de lo extranjero, y por el apoyo

económico que trasciende todas las esferas de su vida diaria. Sentían que su ser japonés había sido reducido con la imposición de un sistema político, económico y social. En este sentido, hasta la actualidad la Constitución – promulgada con el impulso estadounidense dos años después del fin de la guerra– es un tema controversial que separa o une a los japoneses.

El capitalismo –en forma de toyotismo– se instauró en la sociedad, la industria creció y las ciudades con familias nucleares se expandieron, dejando atrás la sociedad agrícola de familias extendidas. La alimentación a base de arroz, vegetales, algas y algunos mariscos se modificó con la entrada de la harina de trigo, las carnes rojas y los lácteos. Japón quedó inmerso en un mundo nuevo irreconocible, un nido de nostalgia que ya en los años sesenta fomentó la protesta y la discusión, a veces acompañada de la creación musical, cinematográfica y teatral.

Bajo estas circunstancias, proliferó una producción artística y sociocultural cargada de significados. Desde entonces, muchos japoneses han sentido la necesidad de pensar y expresar ese momento, cuestionar su sociedad y su relación con naciones que son símbolo de poder, y asumir una posición crítica frente a lo que ellos mismos han sentido ser y a lo que se están convirtiendo en esa nueva sociedad. Cuestionan la artificialidad, la deshumanización y la pérdida de la memoria de lo sufrido; pretenden abrirles los ojos a aquellos que se han dejado comprar por un sistema que impuso la comodidad. La bomba atómica, las armas nucleares, la guerra, la industrialización y las nuevas tecnologías son temas recurrentes en un ambiente de pesimismo y dolor, donde se crean historias de ficción que trastocan la realidad.

El curso de *Cultura popular* muestra que ese Japón idealizado por los estudiantes –fanáticos del manga y del anime– no es tal cual y que, de hecho, estos nuevos géneros japoneses son el resultado de un período de crisis seguido de posturas críticas. Los artículos de esta cultura aclamados internacionalmente nacieron del sentimiento de protesta y rebeldía de la posguerra.

Han sido también la esperanza de seres humanos que actúan como ciudadanos –y también como literatos, músicos, pintores, bailarines, actores, directores, cineastas, escultores y *mangaka*– que buscan despertar en la población general el deseo de actuar, y no simplemente dejarse liderar. Osamu Tezuka, uno de los pioneros del mundo pop japonés, creador del manga y posterior animación *Astroboy*, fue siempre crítico de esa sociedad que quería borrar la memoria de la guerra y se introducía en la banalidad del consumo y en la insensibilización de las mujeres y hombres, consecuencia del afán por el desarrollo de las máquinas.

A pesar del desasosiego que acompañó el origen de los íconos de la cultura popular de Japón, se ha expandido con optimismo por el mundo y se

ha convertido en un nuevo centro cultural. En Asia, Japón ha sido un líder influyente en la producción de telenovelas, música, cine, etcétera, hasta el punto de –en algunos casos– crear la sensación de que ha contribuido a sanar el pasado de rencores característico de las relaciones con Corea o Taiwán, por ejemplo. Asimismo, en el resto del mundo ha desplazado el poder de la cultura pop estadounidense. No ha sucedido una «japonización» que opaque totalmente la americanización o *macdonalización*, pero sí han aparecido nuevos géneros y contenidos atractivos y de rápida expansión que han desplazado la hegemonía cultural estadounidense de las últimas décadas en Colombia.

Los productos japoneses –de consumo popular internacionalmente– son una muestra de la heterogeneidad y la globalización de la cultura. Por un lado, desplaza el centro del mundo pop y se convierte en un centro alternativo a Estados Unidos (o inclusive, Corea del Sur) y, por el otro lado, evidencia las varias migraciones de un producto cultural hoy. Los productos tienen alguna particularidad que los hace japoneses, pero quizás son fabricados en China, distribuidos al mundo desde Singapur y adaptados en el lugar que los recibe. Son, por eso, ejemplo de la migración cultural y de las tendencias económicas y políticas que la acompañan.

Las animaciones y el manga –dos temáticas centrales en el curso– son quizás también dos de los productos que han marcado el inicio de la internacionalización de la cultura japonesa, a pesar de que una mayoría notable de japoneses no los considera dignos representantes de su ser nipón. Lo reconocido como tradicional lleva consigo el espíritu de lo japonés, la armonía, la pureza y la homogeneidad de su ser (Befu, 2001). Por ello, constituye la cultura legítima que debe transmitirse en el extranjero, mientras lo no tradicional habla de un Japón caótico, sin dirección y contaminado por otros mundos; en sí, algo que no es Japón.

Esto ejemplifica una de sus reacciones ante lo otro, y explica el afán de los japoneses de aprender (cuando no lo saben) caligrafía, origami, cocina autóctona o la correcta forma de llevar un kimono, justo antes de salir del país; especialmente, si se desempeñarán como profesores de japonés. Vale la pena aclarar que esta afirmación no significa que ningún japonés esté familiarizado con prácticas tradicionales; algunos lo están, y la mayoría las afianzan en el momento de interacción con otros no japoneses.

Comúnmente, se piensan como embajadores al encuentro con *lo otro* fuera de su territorio, y sienten la necesidad de estar preparados para tal función. Esta situación se conjuga con el hecho de que la tradición es lo que se muestra intencionalmente a los extranjeros que visitan Japón, y más aún a aquellos que –de regreso a sus países– se dedicarán a la docencia. Se les convierte en misioneros (Goldstein-Gidoni, 2005) que tienen la función de difundir un tipo de Japón. Sin embargo, hoy es evidente que los contenidos que no enorgullecen a los japoneses han alcanzado un nivel global; son

aclamados y deseados desde fuera, y disfrutados desde dentro por turistas y nacionales.

De hecho, un sector de la industria cultural japonesa ha encontrado nuevas oportunidades en esta fascinación extranjera por un mundo que –en opinión de gran parte de la población– violenta la esencia de su cultura. Se le ha visto como consumidores ávidos de lo pop en un período decreciente de la economía, durante el cual se ha vuelto común que los empresarios nipones de todos los sectores –que antes priorizaban la producción para consumo interno– hayan fijado su mirada en otras regiones.

Se dejó de lado la percepción de que algunos de sus contenidos eran comprendidos solamente por audiencias nacionales y de que solamente lo *mukokuseki*, es decir aquello falto de identidad cultural y nacional, era potencialmente comerciable, como lo fueron durante mucho tiempo productos como el *walkman* (Iwabuchi, 2002). Así las cosas, el mundo pop japonés empezó a exportarse a Estados Unidos y a Europa en los años ochenta, y posteriormente se han desarrollado contenidos pensados exclusivamente para un público foráneo, como la animación de *Afrosamurai* (basada en un manga de edición limitada) que en 2007 se produjo para Estados Unidos, o las versiones de ferias de anime o *cosplay* con patrocinio japonés, pero realizadas en otras regiones.

Los mismos productores de esta cultura no son los únicos que han tomado ventaja de su atractivo. Otras de las industrias que sobresalen son las relacionadas con el turismo, como las agencias de viajes y las aerolíneas. Dentro de estas últimas se encuentra ANA (All Nippon Airways), que durante la segunda década del siglo XXI inició la campaña *Is Japan cool?*, orientada a atraer turistas extranjeros.

El mensaje central es que Japón –como lugar único– debe esa singularidad a la combinación de sus culturas ancestral y contemporánea. Usan la ciudad de Kioto con los elementos que consideran únicos de Japón (los templos, las geishas, el té, los budas) para representar la tradición, y para lo nuevo usan el término *kawaii*: aquello dulce, tierno, bonito, vulnerable y seductor que caracteriza los productos de la cultura popular, y que saben que ha trascendido las fronteras para ser comprendido por fanáticos hablantes de una multitud de lenguas. Por medio de videos y páginas web dinámicas en inglés –claramente dirigidas a los no japoneses– hacen uso de un Japón que vende por fuera, pero no internamente.

En el caso de Colombia, la difusión de *este Japón* ha tenido la particularidad de hacerse a través de internet. Los medios de comunicación masivos tradicionales apenas han transmitido de forma desordenada algunas series de animación que, en primera instancia, son aceptadas y probadas por la audiencia estadounidense. Es decir, lo que ha llegado por vía oficial a Colombia –y en general a América Latina– ha sido validado primero en Estados Unidos,

y lo que no ha pasado el filtro del mundo angloparlante, simplemente no es conocido por las audiencias que solo acceden a los medios tradicionales.

Sin embargo, las generaciones más jóvenes son bastante activas y han llegado a esta cultura principalmente gracias a internet. Los canales de videos, blogs, redes sociales, páginas web y demás contenido de la red en español y en lenguas extranjeras (incluido el japonés), han sido los medios que les han permitido conocer e interactuar –más que simplemente consumir– con el Japón pop, pues estas audiencias son tanto receptoras como productoras de contenidos.

La situación misma de querer conocer más sobre eso que es tan diferente y lejano –pero no está fácilmente a disposición– ha fomentado la iniciativa de navegar por internet, entender los contenidos, y aportar desde el conocimiento y la experiencia propia a una gran comunidad virtual que también puede transportarse al mundo real y cotidiano. Son audiencias dinámicas que, aunque anhelan entender a Japón de forma transparente y podrían simplemente crear el contenido mediático, tienen el hábito de preguntar y averiguar para cuestionar y analizar lo que ven y oyen, ya que finalmente son expertos conocedores de los pros y contras de este medio.

En este caso, su representación de Japón está abierta a las negociaciones que el curso *Cultura popular en Japón* pretende. Su comprensión de esta sociedad tiende a asociarse a lo posmoderno, futurista, atractivo y divertido, pero alejado de ese mundo puramente antiguo y tradicional que los japoneses quisieran que apreciáramos. El Japón pop es una representación común propia de las generaciones de colombianos y latinoamericanos más jóvenes, las que no conocieron o no recuerdan el mundo sin internet. Entonces, la influencia de los medios de comunicación tradicionales se desplaza, al no destacarse en la difusión de la cultura popular japonesa en la región. Han perdido poder ante estas audiencias y se lo han cedido al internet, lo que a su vez ha implicado la dinamización de un público fanático.

Esa audiencia llega a la clase y se convierte en grupos de estudiantes activos que conocen varias temáticas del programa, o saben cómo llegar a ellas. Profesores de cursos similares a nivel mundial se han referido a la dificultad de dirigir una clase en la que la mayoría de los estudiantes poseen conocimientos y experiencias mayores que los del profesor (Shamoon, 2010). El nivel de precisión al que llegan en cuanto a fechas, lugares o proyectos puede ser intimidante y frustrante para un profesor acostumbrado a liderar cada minuto de la clase, pero esto podría resultar en favor de cada sesión y del proceso de aprendizaje mismo. Bajo un marco con objetivos claros, es posible usar su conocimiento, e inclusive invitarlos a ser propositivos. Los estudiantes pueden compartir con el profesor la responsabilidad de lo que aprenden, lo que genera satisfacción y fomenta la autonomía. De esta forma, la clase –tanto por

temática como por metodología— se convierte en un espacio de otras posibilidades.

### Comentario final

*Cultura popular en Japón* es un curso en el campo de los estudios asiáticos que conduce a los participantes a repensar Japón, así como los imaginarios de Asia en general. Se convierte en un espacio de análisis de algunas representaciones estereotipadas de lo otro —y, en consecuencia, de lo propio—, del papel de los medios de comunicación masivos, y del actuar como audiencias, consumidores, concedores, reproductores —y productores— de contenidos asociados a Japón y a los productos culturales masivos.

Mientras se aprende sobre la sociedad japonesa contemporánea, surge una discusión que reconoce la producción intelectual y cultural japonesa (y asiática), e invita a buscar diversas formas de conocimiento, resaltar las diferencias y cuestionar lo establecido en un proceso de comparación, reinterpretación y nuevo entendimiento de lo nuevo, y lo que ya parecía sabido y entendido. De esta forma, implica una presencia polisémica de Japón en primera instancia, y de fragmentos de lo asiático en segunda, lo que en nuestro contexto promueve un ejercicio benéfico de análisis y criticismo.

### Referencias bibliográficas

- BEFU, H. (2001). *Hegemony of Homogeneity: An Anthropological Analysis of "Nihonjinron"*. Trans Pacific Press.
- BERGER, P. L. Y LUCKMANN, T. (1966). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. Doubleday.
- CHEN, K.H. (2010). *Asia as Method: Toward Deimperialization*. Duke University Press.
- GE, S. (2007). How does Asia mean? En Chen Kuan-Hsing y Chua Beng Huat (eds.), *Inter Asian Cultural Studies Reader* (pp. 9-65). Routledge.
- GOLDSTEIN-GIDONI, O. (2005). The Production and Consumption of 'Japanese Culture' in the Global Cultural Market. *Journal of Consumer Culture*, 5(2), pp. 155-179.
- HALL, S. (1997). Representation. Cultural representations and signifying practices. En S. Hall, y Open University (eds.), *The Work of Representation* (pp. 13-74). Sage.
- IWABUCHI, K. (2002). *Recentring Globalization: Popular Culture and Japanese Transnationalism*. Duke University Press.
- SHAMOOON, D. (2016), Co-Teaching and Foreign Language across the Curriculum: Using Japanese Popular Culture. En D. Shamoony y C.

- McMorran (eds.), *Teaching Japanese Popular Culture* (pp. 161-186).  
Association for Asian Studies.
- TAMARI, T. (2006). Cultural Studies in Japan: An Interview with Shunya  
Yoshimi. *Theory. Culture & Society*, 23(7-8), 305-314.





Grupo de Estudios sobre Asia y América Latina  
Instituto de Estudios de América Latina y el Caribe  
Universidad de Buenos Aires