

Prólogo

“Queda’t amb mi aquesta nit,
perseguiem l’albada fins a Rússia
i més enllà, creuant el mar,
et despertaré a Tòquio amb un petó vora del nas”

– Els Catarres

Leer trabajos de jóvenes investigadores en el campo de los Estudios de Asia, como los que la revista *Asiadémica* ha recogido estos últimos once años, refleja la evolución de la disciplina en España, pero, también, y me centraré en esto en el prólogo, la evolución de la sociedad española en su relación con Asia.

El progreso de una disciplina académica no se puede entender aislada del contexto social y político en el que se desarrolla, tanto por haber podido ser este contexto el detonante de la disciplina, como por poder ser una barrera a su desarrollo. De hecho, un posicionamiento de la sociedad concreto puede influir en la aproximación que se tenga a la disciplina. En los últimos años, considero que en paralelo al aumento de relaciones comerciales, el conocimiento de Asia en la sociedad española en general ha mejorado. Los diferentes países de Asia, y especialmente del noreste de Asia, han sido capaces de fomentar una marca-país que ha acabado cuajando en la opinión pública española. Los medios de comunicación han sido sensibles a esta influencia y empiezan a tratar algunas de las noticias que vienen de Asia con seriedad y en la sección apropiada (economía, internacional) no cómo curiosidades de National Geographic. Por otro lado, también son más conscientes de que han aumentado las voces críticas al racismo rancio respecto a los asiáticos y esto se refleja en los programas de entretenimiento. La globalización ha logrado acercar Asia a España, tal vez no en las condiciones idóneas, tal vez fomentando procesos de aculturación, que comentaremos, pero, me atrevo a afirmar que la visión social de Asia es más abierta de manera generalizada en la actualidad de lo que era hace unas décadas y que, pese al largo camino que queda por delante, la cultura general sobre sociedad y costumbres también está más consolidada. Esto va más allá de momentos de explosión cultural, que puedan ser puntuales o no, como indicaba Botella en el prólogo del año pasado.

Es complicado realizar un seguimiento del cambio. Dado mi campo de estudio (la circulación cultural) me gusta buscar indicios en la integración de referencias a Asia en nuestro repertorio cultural. Me viene a la cabeza una canción de los noventa. Hace 30 años, el grupo español No Me Pises Que Llevo Chanclas lanzaba su álbum *Canario* con una canción que alcanzó gran éxito, “Mira que está lejos Japón”. Y eso que para el año 1993, Japón ya se había empezado a acercar, al menos desde el punto de vista de la circulación de sus productos culturales: las coproducciones de Nippon

Dra. Ester Torres-Simón

Doctora en traducción y estudios interculturales, (Universitat Rovira i Virgili); y traductora de coreano. Coordinadora del Grado de Estudios de Asia Oriental en la Facultad de Traducción e Interpretación y Estudios de Asia Oriental de la Universitat Autònoma de Barcelona. Investigadora del grupo GREGAL.

Investiga, desde la sociología de la traducción, la circulación de la literatura coreana.

Animation habían llegado a la televisión nacional muchos años antes, y las televisiones autonómicas habían apostado por series que se acabaron entrelazado en el imaginario popular (*Dragon Ball*, como ejemplo clásico de éxito de las cadenas autonómicas). Japón era también referente en videojuegos, con consolas como la SuperNintendo, MegaDrive o las primeras consolas portátiles (Game Boy o Game Gear). La falsa dicotomía que había planteado en el año 1984 Mecano al final de “Japón”, una canción llena de estereotipos, parecía superada: “Unos dicen que son fieles al emperador; Otros dicen que son fieles al ordenador.” En una era sin internet, el boca a boca recordaba a consumidores avanzados que había más variedad y calidad en el país de origen de las consolas. Si bien algunos videojuegos llegarían en versiones posteriores, en otros casos, el consumidor lograba acceder a videojuegos no publicados en Europa con el uso de adaptadores al sistema NTSC y venta por correo (personalmente recuerdo el *Sonic 2* para Sega Mega Drive). Eran estos primeros consumidores los que abogaban por una visión de Japón mucho más positiva. Son todas estas primeras instancias de la integración cultural (en nuestras canciones, nuestra televisión, nuestros juegos). Indicaba Ollé en su prólogo al volumen 4 que desde que escuchara a Panikkar explicar la investigación como “un acto de amor”, él mismo había adoptado esa definición. En el caso que nos ocupa, hay mucho amor en los inicios de la relación España-Asia y entre la Generación X, hay muchos “cuarentañeros” que consideran Japón parte de su infancia.

Y seguía la canción de NMPQLC: “En Japón se comen cosas muy raras”. En esta aproximación moderna a Asia, como ubicación de países de categoría, se sentía aun la necesidad de anteponer la extrañeza de sus costumbres al fondo común, se ensalzaba la anécdota (las sandías cuadradas) y la diferencia. Un inciso: sentirse atraído por la diferencia y usar esta como un punto de partida, no es, en sí mismo, objeto de crítica. El problema surge cuando el posicionamiento del investigador es etnocéntrico y monolítico, y se evalúa esta diferencia como la desviación de la “normalidad”, sinónimo acríptico de “la estructura y costumbres sociales de origen”. Tal vez sea en este aspecto donde se observa un mayor avance en los Estudios de Asia en España. Trabajos como los que incluye este volumen huyen de la comparativa acríptica y se enfrentan a las narrativas dominantes que perpetúan las visiones eurocéntricas, como la idea de que la modernidad es inherente y surge de la sociedad occidental. “Han perdido el Norte”, que era el reto que planteaba Olivieri en el prólogo al volumen 14, no con el sentido de perder la orientación, sino del de romper con tradicionales etnocentristas y el populismo romántico que le sigue. Estudios de casos que se pueden leer en este volumen se centran en las sociedades de Asia y partiendo de trabajos de investigadores de esos países o de trabajo de campo, no son meras críticas desde la distancia.

Antes de que se me reproche extrapolar una reflexión sobre Japón al contexto asiático, la canción seguía: “Y al lado está China que es lo mismo... pero comen más arroz”. Esta frase tal vez resume un rasgo del racismo respecto a los asiáticos, el hincapié que se hace en su uniformidad intranacional. Por otro lado, indica otro sector en que se puede ver este acercamiento: la comida. Los restaurantes de comida asiática se han popularizado por toda la península. Si los primeros restaurantes, la mayoría chinos, ofrecían una económica selección de platos totalmente adaptada al paladar español, en la actualidad la oferta se ha multiplicado. Y es que la importancia de la comida para la creación de lazos culturales tal vez no deba ser infravalorada. Si Japón se integró en los recuerdos de la infancia de una generación, la comida china fue la de la adolescencia y la primera juventud. Los Mojinos Escocíos también exaltaban la singularidad culinaria (“Los rusos tienen la ensaladilla y las montañas, China tiene los rollitos de primavera”) en su canción de 1999, “Los cochinos”¹. En la

1 Creo necesario aclarar que el título se refiere al consumo de productos porcinos en España y no es un juego de palabras con el país asiático. Otras letras de Mojinos Escocíos no tienen posible justificación.

actualidad, algunos ingredientes atípicos se han ido introduciendo en la cocina, como son la soja, el tofú o, recientemente en la alta cocina, el kimchi.

Me gustaría seguir argumentado que el audiovisual coreano será la época de madurez de esa Generación X, pero me temo que aún estamos lejos de poder realizar dicha afirmación. Espero que el lector me perdone la frivolidad de haber hecho un repaso de canciones viejunas, pero me parecen un importante contraste con letras recientes como la que inaugura este prólogo. En esta canción de Els Catarres, Tokyo es una referencia libre de romanticismo orientalista, una simple referencia geográfica: tras Rusia, se cruza el mar y se llega a Japón.

No es un cambio que haya ocurrido de la noche al día, ni un proceso que se pueda dar por concluido: aún queda mucho camino por recorrer con tal de superar las perspectivas eurocéntricas en los estudios de Asia. Sin embargo, parece que paulatinamente se van alineando una serie de cambios individuales y sistémicos. Los principales países asiáticos hablan con voz propia en los mercados y la política global y esto viene en paralelo a una creación de marca-país que permea todas las estratos de la sociedad. Los productos culturales se consolidan, no solo en su faceta más peculiar, sino también en la más comercial, fomentando la circulación de información sobre la sociedad de origen (si bien con todas las capas que le imprime la creación artística y la narrativa). La consolidación de la oferta formativa en Estudios de Asia, que ha formado y fomentado la formación de especialistas, la diversidad en la oferta cultural, y un creciente respeto sobre la posición y rol de los países asiáticos en el orden mundial son algunos de los factores que favorecen este cambio. Cada vez hay más foros en el que investigadores de Asia podemos compartir visiones, pues, como decía Hoyos-Hattori en el volumen 15, “la investigación nunca es monólogo”.

El optimismo por el desarrollo de la disciplina presente en los primeros prólogos de esta revista, firmados por Beltrán (vol. 1) o Guarné (vol. 2), por mencionar algunos, parece ahora plenamente justificado. El conocimiento lleva a la comprensión del Otro, la humildad al conocimiento de uno mismo.

Y con esta reflexión, no puedo sino recomendar al lector que se adentre en el volumen 18 de *Asiadémica* y disfrute de una amplia, la más amplia presentada hasta ahora, variedad de trabajos de gran calidad.