

(DES)ENCUENTROS

**MÁS ALLÁ DE LOS ÉXITOS
PUNTUALES DEL CINE
ASIÁTICO: LA CIRCULACIÓN
DEL CINE COREANO
Y JAPONÉS EN ESPAÑA**

introducción

Antonio Loriguillo-López

discusión

Quim Crusellas

Menene Gras

Domingo López

José Luis Rebordinos

Ángel Sala

clausura

Guillermo Martínez-Taberner

I introducción

ANTONIO LORIGUILLO-LÓPEZ

Saludadas por público y *magazines* culturales como los sucesores de los medios de masas, en tanto que suministradores de experiencias audiovisuales, las plataformas digitales de *streaming* de contenidos audiovisuales congregan un pujante interés. Su emergencia como sucesoras del mercado del audiovisual doméstico es estudiada también como clave para interrogarse sobre la tensión manifiesta entre lo «global» y lo «local» en un contexto mediático crecientemente digitalizado. El uso de Internet por parte de la industria audiovisual como plataforma de distribución conlleva una compleja relación entre las infraestructuras y los servicios que permiten la circulación de cine y televisión y las prácticas de consumo de audiencias dispersas temporal y geográficamente. Por un lado, esta situación de cuasi simultaneidad en el consumo de contenidos puede asemejarse a la de un utópico

escenario mediático desprovisto de barreras de entrada, sin fronteras ni restricciones inherentes a los límites del espacio y del tiempo por mor del acceso universal a contenidos ubicuos (Iordanova, 2012). Sin embargo, obstáculos logísticos permeables a todo territorio (desde la velocidad y cobertura del ancho de banda hasta las restricciones de acceso a contenidos por conflictos en temas de licencias) son algunos de los factores que evidencian que la presunta ubicuidad depende siempre de factores contextuales (Evans, Coughlan y Coughlan, 2017).

Así, las promesas de un acceso constante y ubicuo que sustentan la retórica de sus emprendedores y defensores deben contrastarse necesariamente con realidades fehacientes sobre lo que está realmente disponible para los espectadores y cómo estos interactúan con ellos. De esta manera,

la distribución digital de contenidos audiovisuales invita no solo a la reconsideración del binomio «global/local», sino que permite indagar en la significancia de las condiciones de acceso y consumo hoy integradas en la cultura popular (Tryon, 2013). Es el caso de procesos como los ambientes participativos de la denominada convergencia mediática (Jenkins, Ford y Green, 2013), nuevas formas de consumo como el *binge watching* (Mikos, 2016) o las recomendaciones basadas en algoritmos (Hallinan y Striphas, 2016). Se trata de ejemplos actuales de lo indesligable de la experiencia audiovisual por parte de *millennials* y otros segmentos demográficos con creciente peso específico entre los *targets* de los medios de comunicación.

El creciente protagonismo en estas plataformas de formatos de gran popularidad, como los *K-drama*, los *doramas* japoneses y el *anime* (Hernández Hernández y Hirai, 2015; Wada Marciano, 2010), no debe descuidar la relevancia sostenida en el tiempo que los films japoneses y surcoreanos mantienen en el circuito internacional de festivales —ya estén especializados en los géneros de terror y fantástico (Brown, 2018; Tezuka, 2012) o de cine de arte y ensayo (Ahn, 2012; Chung y Diffrient, 2015)—. ¿Cuál es el papel de los festivales de cine en este cambiante contexto? La investigación académica sobre este tema se ha centrado principalmente en la diseminación, reproducción y consumo en el contexto anglosajón e intrasiático (Chua e Iwabuchi, 2008; Iwabuchi 2004; Kim 2008, 2013, 2019), descuidándose el análisis de su recepción e imbricaciones en el ámbito hispanohablante. Para tratar de arrojar luz sobre estas cuestiones acudimos en este *(Des)encuentros* a los actuales responsables de festivales, cuyo papel consideramos decisivo para la circulación de los cines de Japón y Corea del Sur en España. Voces autorizadas sobre el desempeño histórico de estas películas en nuestro territorio, los participantes —Quim Crusellas y Domingo López (director y programador, respectivamente, del Festival Nits Cinema Oriental de Vic), Menene Gras (directora

del Asian Film Festival de Barcelona), José Luis Rebordinos (director del Donostiako Nazioarteko Zinemaldia de Donostia) y Ángel Sala (director del Festival Internacional de Cinema Fantàstic de Catalunya de Sitges)— aportan sus experiencias sobre las distintas aristas de la circulación del cine japonés y surcoreano, desde la evolución (y multiplicación) de sus públicos a la irrupción de las plataformas de *subscription video on-demand*, entre otras. ■

discusión

I. ¿Existen rasgos estéticos, narrativos y representativos predominantes en las producciones audiovisuales japonesas y/o surcoreanas contemporáneas consumidas en los festivales (de ámbito hispanohablante)? De considerar que sí, ¿en qué medida estos rasgos favorecen un consumo transnacional de dichos contenidos? O, por el contrario, ¿en qué medida estas características han dificultado, en líneas generales y tradicionalmente, su consumo en otros espacios geoculturales?

Quim Crusellas

Creo que sí, que existen unos «patrones» o modelos del cine asiático importado por festivales, ciclos y muestras. La masiva producción cinematográfica de Japón y Corea tiene una lógica diversidad temática y estilística, a menudo condicionadas por sus plataformas y canales de exhibición. Así, tenemos desde productos comerciales de gran presupuesto, con una factura e intenciones de mercado muy hollywoodienses, hasta productos videográficos de presupuesto mínimo, pero con una gran libertad creativa e ideológica. Pero los autores más conocidos y reconocidos marcan los caminos escogidos por los festivales cuando planean su programación, así que hay un cine de gran calidad con unos cánones totalmente accesibles para el público occidental, incluso autores más radicales e innovadores, como Takashi Miike o Sion Sono, en el caso de Japón, o Kim Ki-duk, en el caso de Corea del Sur, tienen una accesibilidad evidente. En festivales con una etiqueta autoral sí que se apuesta por títulos más inaccesibles, más minimalistas e iconoclastas, pero se encuentran en el circuito general de festivales o de catálogos presentados en mercados cinematográficos. Así, una buena parte de la producción audiovisual más interesante queda relegada al consumo local del país de origen, donde ya tiene unos canales específicos y mayoritariamente muy restringidos. Todo se globaliza y todo se distribuye por grupos claramente identificados, así que podemos encontrar desde películas «estilo Koreeda» hasta un *thriller* con el sello coreano —contundente, dinámico, violento, con personajes extremos muy bien dibujados y una puesta

en escena efectiva y virtuosa— o *animes* «de categoría» que pueden asistir a festivales de Clase A, y dramas coreanos cotidianos que nos recuerdan al cine europeo más íntimo.

Menene Gras

Sí, formalmente se pueden identificar rasgos estéticos y narrativos al uso dominantes en las producciones audiovisuales que nos llegan de Japón o Corea, como también los hay en cinematografías que vienen de la India, Pakistán o Bangladesh. Irán, por ejemplo, es un caso particular, que cumple expectativas muy específicas: su cinematografía, especialmente aquella que procede de las generaciones más jóvenes que solo debutan en el largometraje después de hacer varios cortometrajes y con una sólida formación visible, presenta una estructura narrativa, un argumento y un guion reconocibles. Ahora bien, pese a las numerosas analogías que se pueden establecer entre las producciones audiovisuales de Corea y Japón, la diferencia cultural se revela siempre haciendo reconocible la existencia de uno y otro cine de una manera bastante clara. No solo por la manera de componer una narrativa particular, sino también porque las localizaciones específicas en cada caso son representativas de los lugares reales donde aquella transcurre. Obviamente, el cine japonés tiene una trayectoria más larga y sostenible desde el final de la Segunda Guerra Mundial hasta nuestros días, pero el cine coreano ha tenido un crecimiento espectacular en muy poco tiempo. En menos de dos décadas la producción cinematográfica de este país ha conseguido rivalizar con el

cine que nos llega de Japón, diferenciándose, no obstante, claramente. Pese a la proximidad que parece contagiar a ambos modelos, sí se puede hablar de narrativas entre las que se hace existir una continuidad específica en el tratamiento de la imagen. Los maestros de las generaciones de cineastas japoneses que triunfan en la actualidad siguen siendo los clásicos cineastas universales como Kenji Mizoguchi, Yasujiro Ozu o Akira Kurosawa. Estos dejaron una huella imborrable en sus sucesores, hasta el punto de que se ha dicho en más de una ocasión que Hirokazu Koreeda era el nuevo Ozu, un calificativo asociado también a cineastas con triunfos en algunos festivales como Naomi Kawase, Takeshi Kitano, Kihachi Okamoto, Masahiro Shinoda o Tetsuya Nakashima, por citar a algunos de ellos. Corea, por otra parte, tampoco ha parado de cosechar éxitos para su cine de la mano de cineastas como Lee Chang-dong, Shin-yeon Won, Kim Jee-woon, Yeon Sang-ho o Na Hong-jin, que son los autores de algunos de los títulos que han triunfado en más festivales internacionales. Así que el consumo transnacional de los contenidos que de las últimas tres décadas no resulta fácil de cartografiar, teniendo en cuenta que es muy irregular y, por lo tanto se debería hacer una aproximación más detenida con respecto a este tema y en relación con estos dos países en un contexto más amplio, para poder abordar toda su complejidad.

Domingo López

Como sucede con todas las cinematografías foráneas que logran hacerse un hueco en los circuitos de festivales en Occidente, las producciones asiáticas que dan el salto fuera de sus fronteras lo hacen teniendo en cuenta su público internacional. El director japonés no duda en calificar a cierta corriente de cine de su país como «cine de Cannes», englobando las películas de directores como Hirokazu Koreeda o Naomi Kawase, que reciben mucha más atención en Europa (muchas veces siendo coproducidas por empresas europeas) que

en sus países de origen. Hay varios *targets* dentro de la explotación del cine japonés en Europa (un fenómeno a nivel macro que se puede extrapolar sin problemas a mercados como el iberoamericano). De un lado, el de un cine con componentes exóticos y problemática social, que conecta muy bien con un sector de público mayoritariamente femenino de cierta edad. De otro, un cine más juvenil que adapta manga conocidos, tanto en imagen real como en animación. En el caso coreano, prima un cine violento y de acción, como antaño sucediera con el cine de Hong Kong. Esto, como sucede con muchas otras cinematografías, asiáticas o no, da una imagen totalmente sesgada y equivocada de la producción de dichos países, cuyo grueso de producción no tiene nada que ver con lo que se exporta.

José Luis Rebordinos

Creo que el cine japonés y surcoreano que se consume en los festivales es muy variado en formas, estilos y temáticas; desde el cine más radical, que busca nuevas formas de contar, hasta el cine de género, que es también seleccionado ampliamente por los grandes festivales como Cannes, Berlín, Venecia o San Sebastián.

Ángel Sala

El cine japonés y surcoreano que se ha presentado en festivales en los últimos años es muy variado y abarca desde el cine más independiente hasta producciones de gran presupuesto y muy comerciales. Sí que se ha potenciado una autoría propia a través del reconocimiento en esos festivales, muy especialmente en el caso de Corea del Sur, sobre todo con Bong Joon-ho o Park Chan-wook, que responde, además, a una consideración en el mismo sentido, especialmente dentro de Corea del Sur. En Japón es diferente. Mientras se ha reconocido de forma amplia el talento de Takashi Miike o Sion Sono, internamente no hay una misma consideración hacia ellos, quizá por el tipo de producto que suelen realizar. El consenso se ha dado en torno a

Koreeda y algunos autores de *anime*, como Hayao Miyazaki o, recientemente, con Makoto Shinkai. El subrayado en esos autores ha beneficiado el interés del espectador transnacional por el cine coreano o japonés. Creo que sin el éxito de Bong Joon-ho o de Koreeda, cierto público no se aventuraría a conocer más cine de estas nacionalidades. Aunque también es cierto que esa burbuja que crean ciertos autores pasa rápido. Recordemos el éxito en España de Kim

Ki-duk —*Primavera, verano, otoño, invierno... y otra vez primavera* (Bom yeoreum gaeul gyeoul geurigo bom, 2003) o *Hierro 3* (Bin-jip, 2004)— o de Shunji Iwai en Francia y su olvido hoy en día. Digamos que el consumo de cine asiático en ciertos países es errático, sigue teniendo grandes lagunas históricas y se mueve algo por impactos o modas, como demuestra el reciente *boom* de *Parásitos* (Gisaeng-chung, Bong Joon-ho, 2019).

2. ¿Qué expectativas tiene un público hispanohablante ante las películas japonesas y surcoreanas? En la disyuntiva entre oferta y demanda, ¿cómo han contribuido y contribuyen a ello las acciones de diplomacia cultural y, más en general, la diplomacia pública de dichos países? ¿Qué papel juegan en ello los grupos de consumidores, las industrias audiovisuales y los circuitos de distribución nacionales y transnacionales? En general, ¿funcionan estas expectativas generadas desde un lado o el otro como estrategias comerciales efectivas a nivel transnacional?

Quim Crusellas

El público crece con el cine. Y su conocimiento y preferencias crecen con la multiplicación de posibilidades de acceder a ese cine. En el caso de Japón, el *anime* televisivo, las series japonesas de dibujos animados que aterrizaron con éxito en los años setenta en España, generaron un grupo de espectadores que reconocía las cualidades narrativas y, sobre todo, estilísticas de esos productos. Series como *Marco, de los Apeninos a los Andes* (Haha o Tazunete Sanzen Ri, Isao Takahata, Fuji TV: 1976), *Heidi* (Alps no Shōjo Heidi, Isao Takahata, Fuji TV: 1974) o *Mazinger Z* (Tomoharu Katsumata, Fuji TV: 1972-1974) fueron las teloneras del fenómeno *Bola de Dragón* (Dragon Ball, Daisuke Nishio y Minoru Okazaki, Fuji TV: 1986-1989) y de todo el manga y *anime* posterior. Y muy pronto, dentro del *anime* se establecieron tipologías, géneros, estilos, etc. Y ahora mismo el público de *anime* y el lector de manga es un experto comensal de animación, erudito y capaz de catalogar muchos afluentes de una misma fuente artística. En otros géneros, la progresión ha sido menor o más tardía, pero hay casos de éxito como el *J-Horror* y el *noir* coreano.

Históricamente, queda el *kaijū* (cine de monstruos japonés), el *chanbara* (cine de samuráis), ninjas, *yakuzas*, *tokusatsu* (cine de efectos especiales japonés) y la sabiduría de los clásicos, como Ozu, Mizoguchi o Kurosawa. Afiliarte de alguna manera a un género, a un autor o a una moda establece unas expectativas enormes cada vez que sale a la luz un nuevo proyecto. Para las productoras y distribuidoras de estos países la colaboración de los departamentos de gobierno y cuerpos diplomáticos es una buena noticia. Es un buen empuje promocional y de prestigio, además de facilitar la apertura y exportación de sus películas más allá del mercado local. Y para estos entes públicos es un orgullo y obligación dar a conocer la cultura y catálogo cinematográfico de sus países. Así convergen los intereses de unos y otros. Y en este periplo todos los agentes son importantes: el público, receptor de un cine a veces invisible que busca mercado, y los circuitos de distribución con la posibilidad de generar negocio en sus diferentes frentes, desde las plataformas televisivas de pago, ansiosas de llegar a todo tipo de clientes, incluso a los nichos más inhóspitos, hasta los canales tradicionales de

cine, DVD y Blu-ray, con un público mucho más restringido, pero fiel.

Menene Gras

No puede negarse que existe un interés por conocer cinematografías nuevas, pero el consumo de ciertas producciones que parecen acusar una importante recepción nunca está garantizado. Los instrumentos existentes para asegurar una circulación fluida entre todos los mercados y públicos potenciales para el cine asiático en Occidente o para el cine que se hace en Occidente, en Asia son probablemente insuficientes. Sucede no solo con el cine, sino también con la literatura y las artes visuales o la producción cultural en términos generales. ¿Por qué no hay más interacción en estos campos, en una sociedad que comparte la velocidad de transmisión de los medios y un mercado global? Puede ser que la misma saturación a la que ha conducido la ubicuidad de las pantallas que están presentes en nuestras vidas sea una de las causas de la actitud refractaria que parece tan común ante lo nuevo, lo que viene de más lejos y que, por lo tanto, nos afecta menos. Por lo demás, no siempre se puede hablar de expectativas cumplidas en lo que respecta al papel que desarrolla la diplomacia pública en las dos partes, si entendemos que se puede hablar de partes y contrapartes en este ámbito en el que la promoción es indispensable para generar la respuesta del supuesto público que consume el producto cultural en cuestión. Es evidente que el esfuerzo de los gobiernos japonés y coreano ha sido decisivo, tanto en lo que respecta a la creación y producción cinematográfica como a su divulgación. Japón sigue siendo el país, después de Estados Unidos, que dedica un presupuesto mayor a la exportación de su cultura, y el país que acumula más programas para la ayuda a la creación audiovisual y a la divulgación de sus producciones culturales. A partir del momento en que el gobierno coreano pudo poner en marcha estos programas y convocatorias para la producción audiovisual, el éxito ha sido indiscu-

tible. En ambos casos, instituciones de diplomacia pública como The Japan Foundation y The Korea Foundation han sido también un importante apoyo para la labor de difusión, sean cuales sean los itinerarios que hayan seguido. En cualquier circunstancia, siempre han constituido un importante refuerzo a la acción directa llevada a cabo por otros órganos de gobierno en los respectivos países. Por otra parte, las distribuidoras han contribuido en buena medida a potenciar, a su vez, estas cinematografías, cuyo interés se ha demostrado tanto a través de la venta de derechos a las distribuidoras europeas y norteamericanas como en los premios que han recibido y reciben las producciones que nos llegan de Japón y Corea en los principales festivales internacionales del mundo occidental.

Domingo López

Al final, quien tiene la última palabra es el espectador, que es quien decide si un producto se acepta o no, por mucho que las oficinas de promoción diplomática se empeñen. Estas a lo más que llegan es a formar ciclos con destino a filmotecas que, en muchas ocasiones, solo consiguen desconcertar a un espectador cuyas expectativas no se van a ver cumplidas. Si a un fan del *thriller* coreano le presentan los verdaderos *hits* del año en Corea del Sur, solo sucumbirá a la decepción al encontrarse frente a un puñado de comedias y dramas localistas.

José Luis Rebordinos

El público hispanoparlante, en general, se sitúa ante el cine japonés y surcoreano esperando un cine exótico, diferente, con un tempo narrativo más lento, etc. Sin embargo, el público más cinéfilo, que va a festivales como Sitges o San Sebastián, ya conoce el cine de estos países en toda su complejidad y variedad. Creo que en el caso de estas dos nacionalidades, la importancia del trabajo de sus agencias oficiales de promoción es inferior a la de otros países como Francia o Chile. Creo que aquí es más importante el posicionamiento del propio público y de las empresas de distribución –

véase, por ejemplo, el caso de *Your Name* (Kimi no na wa, Makoto Shinkai, 2016) y *Selecta Visión*—. También la diplomacia cultural, con su interés, colabora a que el cine de sus países se programe con mayor asiduidad.

Ángel Sala

Creo que hay un gran problema histórico en la distribución de contenido audiovisual surcoreano y japonés para públicos hispanohablantes. Existe la imposibilidad del doblaje (resulta poco efectivo) y la obligatoriedad de la exhibición en VOSE que, con la crisis y decadencia de los circuitos especializados, resulta más difícil. La crisis de espectadores y el envejecimiento (no solo de edad, sino cultural) de los mismos hace buscar al exhibidor y distribuidor productos independientes y de cinematografías no habituales que sean empáticos con los gustos de esos consumidores. Y ahí topamos con un gusto mayoritario algo conformista y poco dado a la sorpresa o los excesos visuales, lo que filtra de forma radical muchas propuestas que vienen de Japón o Corea del Sur a favor de comedias burguesas e intrascendentes galas o un cine *indie* USA a veces inofensivo. Y, por ello, se entiende que Koreeda, más allá de la calidad, triunfe por un tipo de argumentos empáticos con este sector

de espectadores o títulos como *Una pastelería en Tokio* (An, Naomi Kawase, 2015) e incluso algunas películas de Hong Sang-soo. Vemos que hoy nadie recuerda a Kitano, un éxito en los noventa en salas especiales, quizá demasiado violento y áspero para esos públicos actuales. Y tampoco ayuda la falta de riesgo por parte de distribuidores y exhibidores, más preocupados de no perder a este público conformista que de recuperar a otro más abierto o atraer a un espectro más joven. Además, los distribuidores que se especializaban en cine asiático casi han desaparecido, operando los que quedan más de cara al *home video* o a las plataformas. En España, solo Media3 en cine más general (y centrado más en la repesca), La aventura y, sobre todo, *Selecta Vision* en *anime* mantienen la llama, además de algunas distribuidoras históricas de *art house*, como Golem, con su relación con Koreeda. Respecto a las agencias oficiales de estos países, como The Korean Film Council o The Japan Foundation, tienen una buena relación con festivales, pero podían apoyar más la promoción del producto en estos foros, así como fuera de festivales a través de museos, filmotecas y otros espacios, además de recuperar más activamente la memoria del cine de sus países, una labor didáctica que está pendiente en parte.

3. El éxito relativamente reciente de algunas propuestas cinematográficas japonesas y surcoreanas ha sido, por lo general, residual en términos de recaudación en taquilla en el mundo hispanohablante. Sin embargo, cada vez abundan más estos festivales. ¿Cómo explica esta divergencia entre lo que podríamos denominar la presencia residual en el «mercado generalista» y su éxito en espacios de «consumo especializado»? ¿Puede deberse esta dinámica a la inclinación de la audiencia a identificar cine japonés y surcoreano con determinados géneros (*thriller* de acción, terror) tradicionalmente alejados del gusto *mainstream*? ¿Puede que la necesidad de los referentes culturales o metanarrativos complique su disfrute y reconocimiento entre el público más amplio?

Quim Crusellas

El mercado generalista sigue abducido por las *majors*. La mayoría de salas de exhibición siguen atadas a contratos con grandes distribuidoras, que son las que más medios de promoción y más ventanas tienen. El público es público de cine norteamericano comercial. El cine asiático, y en este caso el cine japonés y el coreano, tienen un público más escueto, pero muy fiel. Los festivales se han convertido en la alternativa a ese circuito mayoritario. Son como la pequeña tienda especializada frente a la gran superficie comercial llena de marcas conocidas y con una sensación a «clonación» de productos. Aun así, el cine japonés y coreano, con éxitos como *Your Name*, *Una pastelería en Tokio* o, recientemente, *Parásitos*, han conseguido abrir brecha gracias a distribuidoras independientes y valientes. Los seguidores del cine asiático desmontan la asimilación de unos títulos a unos géneros mayoritarios. El terror no es igual en Japón que en los Estados Unidos, y mucho menos la comedia o el cine policíaco. Hay un espectador que concreta aún más el género o temática: ya no es un *thriller*, es un *thriller* coreano. Ya no es una «película de terror», es una «película de terror japonés». Y añadir el gentilicio a esos géneros los convierte en algo mucho más específico e identificable. Estamos acostumbrados, desde hace décadas, a ver cine americano y eso nos provoca una comodidad como espectadores cuando nos enfrentamos con películas de Hollywood. Pero la incursión y diversidad provocada alegremente por festivales, nuevas plataformas de emisión, etc., ha originado

nuevas conexiones culturales, de hábitos e incluso formas de narrar y exponer diferentes cada vez más aceptadas. Aquello exótico deja de ser rehusado, para convertirse en algo intrigante y atractivo. El cine asiático sigue siendo una puerta verde para los más curiosos, pero cada vez está más abierta a un público amplio y ajeno a los convencionalismos de la distribución cinematográfica.

Menene Gras

Lo que pasa en los festivales de cine no tiene mucho que ver con el producto que triunfa en el mercado en este sector. Hay, no obstante, excepciones como *Parásitos*, por poner un ejemplo de actualidad, que está haciendo un récord de taquilla en Europa tras recibir la Palma de Oro en el último Festival de Cannes. No siempre se produce esta identificación entre el cine surcoreano y japonés con el cine de terror o el *thriller* de acción. Eso puede parecer así si tenemos en cuenta los públicos que convoca un festival de cine fantástico como el de Sitges, en el que una tercera parte de la programación es cine asiático de género. Películas como, por ejemplo, *Intimate Strangers* (Wanbyeokhan tain, Lee Jae-kyoo, 2018) probablemente nunca lleguen a nuestras salas de cine, aunque sí la seleccionamos para el Asian Film Festival Barcelona (AFAA). De hecho, pese al esfuerzo de ciertas distribuidoras europeas para introducir ciertas cinematografías en el mercado, es muy común que muchas películas solo circulen por los festivales, sea cual sea el interés que susciten o los premios que reciban. Estamos muy lejos de haber conseguido un intercambio de

producciones entre Europa y Estados Unidos y el continente asiático. En el AFAA de este año 2019 reunimos 133 películas y veinticinco cortometrajes, de veintitrés países —Afganistán, Australia, Bangladesh, Bután, Camboya, Corea, China, Filipinas, Hong Kong, India, Indonesia, Irán, Japón, Kazajistán, Laos, Macao, Malasia, Mongolia, Nueva Zelanda, Singapur, Tailandia, Taiwán (China) y Vietnam—. Todas las producciones estaban fechadas entre 2018 y 2019, salvo alguna excepción en 2017. De todas las cinematografías representadas, algunas llaman la atención porque ya son conocidas y se espera de ellas una importante aportación en lo concerniente a lo que ahora mismo están produciendo las nuevas generaciones. En países como Afganistán o Kazajistán, la curiosidad por lo que pasa en el sector no es desdeñable, como tampoco lo es aquella que se interesa por lo que se narra en algunos países del sudeste asiático, como Singapur e Indonesia, donde la industria cinematográfica está creciendo exponencialmente, sobre todo en este último país. Todavía queda mucho por hacer, no obstante, para acortar distancias entre países y culturas que todavía se ignoran mutuamente.

Domingo López

El cine de género (ya sea terror o *thriller*) siempre ha formado parte del *mainstream*, pero el cine asiático siempre ha sido parte de un nicho aparte de fans, como los consumidores de manga o de ópera. Nunca ha llegado a formar parte del cine comercial general (con la excepción de algunos éxitos aislados) y es difícil que llegue a serlo. La mayor parte del público está acostumbrado a los códigos narrativos de Hollywood y todo lo que se aparte de ese modelo le resulta extraño y necesita que esas historias pasen por el tamiz de un *remake*. Más allá de festivales y convenciones, hoy hay más acceso al cine asiático que nunca a través de plataformas como Amazon Prime o Netflix, que incluyen centenares de títulos de toda Asia en su catálogo para el consumo de la población asiática que vive fuera de sus países. Pues bien, la mayor

parte de esos títulos son ignorados también hasta por los fans del cine asiático, ya que no están criados acorde a sus gustos y terminan agotados de ver que no encajan con la idea que ellos tenían de lo que era, por ejemplo, cine coreano.

José Luis Rebordinos

Lo que ocurre en España con el cine de estos dos países no es muy diferente de lo que ocurre con el cine que viene de América Latina o, incluso, de otros países europeos. Todo el cine que no viene apoyado por la enorme máquina de promoción del cine de Estados Unidos tiene difícil el triunfo en taquilla. Y no tiene nada que ver con la identificación con el cine de género; al contrario, el cine de género es un cine popular y comercial y, si fuera así, debería arrastrar a un buen número de espectadores. Todo el cine que se estrena acaba siendo residual, excepto el de Estados Unidos y algún caso aislado. A veces, se producen agradables sorpresas como el gran éxito en la taquilla de todo el mundo, España incluida, de *Parásitos*.

Ángel Sala

El público de festivales busca lo diferente, alejarse del erial en que se han convertido las salas de exhibición. El cine asiático de género triunfa en festivales especializados por una tradición que ya nació en los años noventa por el impacto del *J-Horror* o del nuevo cine coreano fantástico o de acción y que continúa hasta nuestros días en el seguimiento de ciertos autores o tendencias, así como en la búsqueda de la novedad. Pero también ocurre en festivales generalistas y no solo con el cine de género, aunque la división entre géneros es más fluctuante en el cine asiático. *Parásitos* es comedia, drama, horror y suspense, al igual que *La doncella* (Agassi, Park Chan-wook, 2016), que era una mezcla de géneros brutal. Hoy el terror y la ciencia-ficción dominan los gustos del espectador *mainstream*. No hay que ver más que el *box-office*, pero bajo una plantilla norteamericana, tanto a nivel *blockbuster* como *indie*. Quizá en ciertos au-

tores se aprecie la influencia del cine asiático en lo *mainstream*, como es el caso de Christopher Nolan, Mike Flanagan o algún director *indie*, como Oz Perkins, pero los estilemas genéricos asiáticos son hoy percibidos como muy de nicho. Eso no creo que perjudique a la percepción del cine de esos países en general, pues, aunque hay espectadores que identifican el cine japonés o coreano con

«violencia» o «extraño», también el éxito de Koreeda, Kawase o Hong Sang-soo le dan una fama de sensibilidad y detalle, así como de calidad en clave amplia. La idea de cine de género nipón o coreano se desenvuelve desde el culto (a veces masivo), desde los festivales y, hoy, desde las plataformas *streaming*, una vez casi desaparecido el *home video* directo.

4. ¿Hasta qué punto ha transformado Internet el impacto de los festivales especializados? En este contexto, ¿considera que la marca del festival sale más beneficiada de su papel como prescriptor de contenidos para nichos especializados o que, más bien, su identidad debe identificarse con la ampliación de nuevos horizontes a través de nuevas cinematografías?

Quim Crusellas

Internet es un cine de barrio de los años ochenta. Las películas más inesperadas están ahí y, algunas, en copias de origen dudoso. Y ese aficionado «lazarillero» enganchado al «torrent» también lo es de festivales. Más que una vía ilegal para ver una película sin distribución en nuestro país, se ha convertido en un lugar de exploración y de descubrimiento de títulos. Y el hecho de que las plataformas en línea se hayan popularizado entre toda la población es gracias a esta pista de despeje. Personalmente, creo que Internet es un apoyo estupendo para festivales como el nuestro. Un escaparate que nos informa, nutre y propaga; y a través de medios digitales y foros de distintos países, descubrimos títulos en pre-producción, avances, conocemos otros festivales, cinematografías, etc. Es la sala del siglo XXI

Menene Gras

Internet ha contribuido, contradictoriamente, a la divulgación de cinematografías que antes no estaban al alcance, por la facilidad de acceso a ciertas producciones, gracias a las grandes plataformas como Netflix o Filmin, o debido al tan extendido pirateo, cuando se trata de aquellas películas que se suben a Internet fraudulentamente. No obstante, también es cierto que esta divulgación se ha

hecho en detrimento de las salas de cine, donde los públicos compartían la experiencia de ver y mirar. Esto se ha perdido en gran medida, pero el cine sigue desempeñando una función insustituible. En este terreno, el papel de los festivales responde a las iniciativas que se emprenden en el sector para mostrar cinematografías que no suelen llegar a las pantallas comerciales, entendiendo que estos son proyectos que hacen su particular propuesta, que las distribuidoras tratan de aprovechar, aunque no siempre con éxito. Por consiguiente, resulta imposible garantizar que los festivales no se conviertan en nichos ni que sean o no prescriptores de contenidos para nichos especializados. La ampliación de horizontes no deja de estar relacionada también con la inclusión de nuevas geografías en el marco de todo aquello que se deriva del giro cultural de la geografía, en la medida en que no solo se trata de una ampliación de la extensión geográfica de donde proceden ciertas cinematografías, sino de una propuesta que permita al público explorar cines y narrativas que, en principio, le son desconocidas o no tan experimentadas como a veces se supone.

Domingo López

Los festivales de cine funcionan como eventos en los que miles de fans se reúnen para compartir una pasión, esperando unas señas de identidad

determinadas a nivel de programación que les garantizan repetir aquellos momentos que han disfrutado con anterioridad. Así, el festival funciona de ambos modos, ofreciendo al espectador aquello que espera ver, a la vez que le descubre directores y estilos que pueden encajar con sus afinidades, siempre dentro de la línea del festival.

José Luis Rebordinos

Internet lo ha cambiado todo. La inmediatez que aporta permite la circulación de opiniones y críticas en directo. Pero también complica el poder distinguir entre aquellas que tienen un interés y aquellas que no. Tenemos acceso a más información que nunca, pero nos es imposible analizarla en profundidad. Por eso, los prescriptores son más importantes que nunca. Y los festivales ocupamos,

cada día más, ese espacio. Y sí, los festivales son un buen lugar para acceder a nuevas cinematografías, ya sea en función de su origen o en función de sus postulados formales, estéticos o narrativos.

Ángel Sala

Plataformas, generalistas y especializadas, y festivales están destinados a ir de la mano, conforme a la prescripción de contenidos (que es ya muy difícil a través de la prensa divulgativa o la crítica) o la promoción de los mismos. Pero la actividad de un festival no debe quedarse en eso, sino que resulta fundamental la labor de investigación de nuevos mercados, cinematografías emergentes y talento joven, así como la arqueología audiovisual en rescate de títulos perdidos, poco difundidos o reivindicables y la restauración de clásicos incontestables.

5. ¿En qué medida existe en los festivales especializados una responsabilidad con el conocimiento de cines fuera del ámbito hegemónico de producción anglosajona? ¿Cómo hacer visibles las tradiciones cinematográficas eclipsadas por la historiografía? Y, lo que más relevante, ¿suponen los «cines periféricos» una fuente de renovación del lenguaje del cine contemporáneo, contribuyendo a la hibridación cultural o, por el contrario, son aportaciones exóticas a la visión occidental del cine?

Quim Crusellas

En nuestro caso, esa hibridación es fundamental. No solo somos una sala de cine. Nos gusta enseñar el complemento cultural, histórico y etnográfico de las películas. En Vic hay una numerosa comunidad asiática y participa activamente en nuestro festival. Preparan cenas de los países de origen de cada película, hay actuaciones y exhibiciones de danzas y artes marciales antes de cada proyección y, en algunas de ellas, como las dedicadas al cine de la industria de Mumbai o de Bollywood, recreamos de forma natural la liturgia de una sesión de la India, con la gente cantando y bailando las canciones durante la sesión, levantándose para silbar cuando aparece el chico o la chica protagonistas, etc. Es esencial y emocionante impregnar la película de aquello que lleva en su maleta de equi-

paje: su origen y complementos. Eso la convierte en una experiencia única, alejada de las sesiones convencionales en una sala de estreno.

Menene Gras

Esta responsabilidad se asume en la mayoría de propuestas que hacen los festivales en función de sus recursos y posibilidades. Obviamente hay un interés por ampliar las geografías de las producciones que se seleccionan y proyectan en la mayoría de festivales, porque siempre se quiere dar a conocer aquello que no es accesible o que ha triunfado en otros lugares. No es menos cierto que no siempre se consigue dar visibilidad a las tradiciones cinematográficas eclipsadas por la hegemonía de la tradición anglosajona o por el eurocentrismo dominante ante otras culturas. Pero esto no solo

ocurre en el cine, sino en todo lo que tiene que ver con la cultura audiovisual y la cultura en general. El eterno debate sobre las posiciones eurocéntricas a veces inhibidas, pero no por eso inexistentes, no llega a ser concluyente cuando se cree que no se adoptan medidas al respecto, pese a ser evidentes. Se habla mucho de eurocentrismo sin que se acepte que se pone en práctica casi inconscientemente en muchos casos. El resultado de su estancamiento es la falta de presencia de otros mundos que son también nuestro mundo para nuestros radares particulares. Esta situación pone de manifiesto el daño que han causado estos enfoques y lo difícil que es corregir su impacto. Por otra parte, los cines periféricos hacen una aportación importante para la renovación del lenguaje del cine contemporáneo, tanto por la diferencia cultural que acusan como por aquello que narran. Ciertamente, pese a contribuir en algunos casos a mantener el carácter exótico de su origen —como, por ejemplo, sucede con el cine afgano, del que se espera obtener una información relacionada con la vida cotidiana, tanto urbana como rural, de un país del que se sabe muy poco—, la mayoría de cinematografías que Occidente puede considerar «periféricas» desde su eurocentrismo intervienen, sin duda, en la hibridación cultural resultado del contacto, que se asocia inevitablemente con las diásporas contemporáneas y otros fenómenos que han forzado la necesidad del conocimiento del otro. Es evidente que esto ha favorecido la renovación de lenguajes y narrativas y, también, ha repercutido en la percepción de estos otros que no podemos seguir ignorando. El cine es uno de los mejores medios para aproximarnos a unos y a otros.

Domingo López

Es evidente que todo el cine internacional, y en especial el asiático, ha influido sobremanera en cinematografías occidentales, especialmente dentro del cine de género. Nosotros intentamos hacer ese trabajo de arqueología cinematográfica a través de ciclos como los que hemos proyectado, dedica-

dos a Panna Rittikrai, al *kaijū eiga*, al *tokusatsu* o a Stephen Chow. No se puede luchar contra el adocenamiento comercial impuesto desde Hollywood, pero sí se puede enseñar al espectador que hay muchas cosas más allá del *mainstream*, y dejarle a él la opción de indagar al respecto, después de mostrarle un pequeño adelanto. En lo que se refiere al cine japonés, la comedia es uno de los géneros que nunca da el salto a Occidente (de nuevo, con alguna excepción de títulos premiados) y en el festival intentamos dar visibilidad a títulos que son muy bien aceptados por nuestro público, tanto las propuestas más *indies* como las más comerciales.

José Luis Rebordinos

Los festivales tenemos la responsabilidad de dar voz a aquellas películas diferentes, que no reproducen las habituales características del cine dominante. Los cines periféricos representan en muchas ocasiones una oportunidad de acceder a otras formas de mirar. Suelen ser cines de países en transformación económica, política y social, que producen películas con menos dinero, pero en ocasiones mucho más libres (no es el caso de Japón o Corea del Sur; sí lo sería el de India, Perú o Bolivia). Pero, cada vez más, la periferia está más cerca del centro; el mundo global hace las distancias más cortas, pero también tiende a la hegemonización cultural. En todo caso, lo que hay que hacer es huir de la visión exótica de las cinematografías emergentes...

Ángel Sala

Los cines periféricos se están incorporando al orbe cultural audiovisual como base informadora de tendencias y talento. Iberoamérica, Asia o el este de Europa está en ebullición en ese sentido, aunque la relación sinérgica y empática de Hollywood con las agencias de talento hace que muchos autores queden seducidos muy rápidamente por el teatro de operaciones USA, cada vez más global, diverso y que se enriquece —y debería enriquecerse más— con este cine periférico. En los últimos años, films comerciales y ganadores del Óscar

han sido dirigidos por directores *off* Hollywood más o menos adaptados al sistema, como Ang Lee, Guillermo del Toro, Alfonso Cuarón o Iñárritu. Hace décadas era impensable que *Roma* (Alfonso Cuarón, 2018) llegara a ser nominada a la mejor

película por su nacionalidad y por su procedencia *off theatrical* (Netflix). Sin embargo, Cuarón ganó como mejor director. Hollywood cambia poco a poco y en ello tiene que ver la influencia de muchos factores, como son esos cines periféricos.

6. Se habla de cómo las nuevas plataformas de *subscription video on demand* (SVoD) hacen que el público masivo sea más activo y exigente, tanto con relación al contenido como a su recepción. ¿Cómo afecta esto a la programación y desarrollo de un festival especializado? ¿Estamos asistiendo realmente a un cambio de paradigma de la condición de espectador, incluso en el caso del menos especializado?

Quim Crusellas

En nuestro caso el VOD tiene un doble filo. Por un lado, ayuda muchísimo a dar a conocer títulos de difícil acceso al público generalista y les ofrece la posibilidad de disfrutar de un cine diferente. Hay poca difusión por parte de las plataformas de esas películas, pero también existen canales de red (Twitter y Facebook) que les dan visibilidad. Por otro lado, la compra de títulos recién acabados y estrenados vía plataforma condiciona la programación. Algunos títulos se caen en plena negociación por la compra por parte de Netflix u otra plataforma. Pero siempre hay que buscar un término medio, una ayuda colateral, y eso lo hemos conseguido con Movistar+. A través de ellos, tenemos acceso a títulos muy potentes y hacemos un estreno conjunto en el festival y en su plataforma, dándole publicidad por dos lados y ofreciendo la posibilidad al amante de cine asiático de ver la misma película en casa y, al mismo tiempo, en la gran pantalla del festival.

Menene Gras

Ya no se puede hablar de un público, sino de públicos y audiencias, que no suelen ser homogéneos. Por lo tanto, resulta difícil definir un público y unas tendencias sin tener en cuenta la mezcla de géneros y la evolución de las respuestas en tiempo real. Ignoro si estamos asistiendo a un cambio de

paradigma en lo concerniente a la condición del espectador: este siempre cambia de generación en generación, pero siempre será el receptor al que se destina el mensaje en cualquier producción cinematográfica. Ciertamente, se espera de él una mayor participación y comunicación, y llegar a él a través de problemáticas comunes y que, al final, son universales en cualquier sociedad y época que se aborde. La vida cotidiana es, desde hace décadas, uno de los objetivos de la mayoría de narrativas en detrimento del llamado cine histórico, que ha quedado relegado en gran parte al género del documental. Tampoco sé si el público es más exigente cada vez o más apático, aunque tenga mayor acceso al cine, tenga más posibilidades y opciones para su consumo y en apariencia esté más informado. Hay públicos que toman partido por un tipo de cine —sea el cine fantástico o de terror, el drama o la comedia— y otros que prefieren un cine que no plantee problemas o que no le haga pensar en otras vidas que no sean la suya, ni en otra realidad que le haga sentir empatía por lo que acontece en la pantalla. Lo cierto es que se ve mucho cine y se lee poco. La imagen en movimiento tiene un poder sobre el espectador que ningún otro medio hasta ahora había experimentado. El cine ha podido con todo, porque es el medio de comunicación de masas por excelencia, sea cual sea su nacionalidad.

Domingo López

Como comenté antes, el espectador de las plataformas de VOD acaba perdido y agobiado entre tanta oferta y, de nuevo, necesita el papel de un programador que seleccione y crie entre centenares de títulos. A nivel profesional, nos afecta y mucho, debido a que plataformas como Netflix adquieren la mayoría de títulos relevantes incluso antes de que estén terminados, para su explotación global, haciendo más complejo el papel de los programadores. Aunque cada vez estoy más contento con esto, ya que hace que el programador vaya más allá de las portadas de catálogo y pueda hacer su trabajo desde cero, descubriendo las joyas y directores que serán relevantes en el cine del mañana.

José Luis Rebordinos

No creo que el tema de las plataformas sea el que está volviendo más exigente al público. En nuestro caso, tenemos un público muy exigente desde

hace muchos años, antes de que las plataformas irrumpieran en el cine. Lo que las plataformas y, sobre todo, los nuevos dispositivos electrónicos están posibilitando es un acceso mayor y más continuado del público al audiovisual y, por lo tanto, un mayor conocimiento del mismo.

Ángel Sala

El espectador es ahora en los festivales muy exigente, conocedor y con un nivel de influencia que antes solo tenía la crítica. Eso es muy extremo en los festivales especializados en género como Sitges. No puedes dar gato por liebre al programar o seleccionar, hay que explicar las decisiones. Tiene que haber una línea de festival. No tiene porqué estar «aprobada» literalmente por el público. Pero debe llenar expectativas en cómo sean presentados los films, más allá de que gusten o no. Hoy el público crea tendencias, mucho más que la crítica.

7. ¿Qué percepción tienen los festivales especializados de la labor de la crítica en ellos? El tópico extendido de que el crítico no es necesario, ¿gana fuerza su papel en un contexto de mínimo tratamiento mediático y de escasez de publicaciones del ámbito académico?

Quim Crusellas

En nuestro caso, el crítico y el periodista especializado son muy necesarios. Las películas de grandes distribuidoras y los grandes festivales tienen su megáfono mediático, pero nosotros necesitamos a los medios dedicados al cine asiático, sus blogs, su espíritu fan, reflejado en un seguimiento y difusión constante en Twitter, etc. La gran comunidad de aficionados al cine asiático bebe de esos canales, donde se genera afición y, por lo tanto, público e industria.

Menene Gras

El papel del crítico es, entre otras cosas, acompañar un acontecimiento. Aunque solo sea darlo a conocer, resulta indispensable, aunque su opinión pueda ser discutible y, muchas veces, no sea pro-

picia para la venta de los derechos de proyección o para que el público consuma un determinado producto. Ignoro si es un tópico tan extendido como parece suponer la pregunta, pero si el crítico es, o no, necesario tal vez no sea la pregunta más adecuada. De ordinario, el papel del crítico y las publicaciones del ámbito académico están bastante separadas, por no decir que la inmediatez de ciertas publicaciones que se refieren al día a día no pueden reunir discursos más elaborados como los que se supone que deben de tener las que promueven los estudios académicos de investigadores e historiadores de cine. Es obvio que el papel del crítico gana fuerza en la medida en que puede beneficiar o hundir un determinado título y su opinión puede estar basada en múltiples aspectos, que pueden, a la vez, ser rechazados por otros críticos, pese a

que las coincidencias sean mayores que la disparidad radical entre unos y otros. La crítica debería ser, en ocasiones, más desinteresada o menos partidista, pero tanto en esta como en la investigación académica en este campo, a la hora de abordar las cinematografías de una sociedad global como en la que vivimos, habría de compartir intereses y objetivos.

Domingo López

El crítico da visibilidad a los contenidos de los festivales, aunque muchas veces no tenga la formación necesaria para juzgar muchos contenidos asiáticos, limitándose la mayor parte de las ocasiones a contextualizar la película que acaba de ver con los escasos títulos que se han distribuido por aquí, perpetuando tópicos y lugares comunes, transmitiendo conceptos erróneos, como que la mayor parte del cine coreano son películas violentas y *thrillers* o que en la India todas las películas son musicales.

José Luis Rebordinos

El crítico es muy importante. Es otro prescriptor necesario. El problema es que en estos momentos hay muy pocos críticos serios. La mayoría de lo que hay son cinéfilos, expresando opiniones urgentes, muchas veces con los títulos de crédito de las películas sin terminar. Hay mucho titular y poco análisis reposado. Además, la democratización que han supuesto las redes sociales hace que

haya miles de personas expresando opiniones y que el público no tenga fácil separar lo interesante de lo anecdótico.

Ángel Sala

La crítica vive en una crisis producida por el debilitamiento de los medios de comunicación en sus apartados culturales, asentada sobre la precariedad de medios y sin un método claro. Los festivales se han cambiado, se han desarrollado en muchas direcciones y la crítica, o parte de ella, sigue aplicando criterios de antaño e intentando sobrevivir mediante un análisis añejo y caduco. Hay mucha crítica, no solo tradicional, sino también nueva, muy en contra de la actividad o el modelo de los festivales, pero, en muchos casos, las críticas ignoran los propios mecanismos de funcionamiento o financiación de los festivales, que han variado, y mucho, sin que el crítico se haya preocupado de investigar, quedándose en una visión teórica alejada del pragmatismo. Además, la crítica tradicional no ha sabido aguantar el pulso con la evolución de la opinión ilustrada de aficionados y espectadores desde las redes sociales o Internet y, poco a poco, ha sido desplazada en el análisis del impacto de los eventos y de la creación de tendencias. La crítica es necesaria, vital, es un pilar de los festivales, pero debe reestructurarse internamente, hacer un ejercicio de reconversión y dialogar con los festivales para un nuevo modelo. Es urgente. ■

I clausura

GUILLERMO MARTÍNEZ-TABERNER

Cuando se tiene el privilegio de reunir un coro de voces especializadas para tratar un tema poliédrico, como es la circulación transnacional del cine coreano y japonés, es lógico y esperado, y hasta cierto punto buscado de forma intencionada, que existan ciertas disonancias en las opiniones expresadas. Pero las respuestas vertidas por esta selección de directores de festivales a partir de su vasta experiencia confluyen en forma de explicaciones que matizan ciertos «lugares comunes», enriqueciendo el conocimiento existente y contribuyendo a facilitar la comprensión del fenómeno de la circulación del cine coreano y japonés en España, objetivo final de la presente sección.

En este sentido, por ejemplo, si bien se expresa una coincidencia en indicar la existencia de patrones estéticos y narrativos propios de ambas filmografías, lo que se subraya como característico es la riqueza y variedad de sus productos audiovisuales en materia de género, temática, presupuesto, calidad, acogida internacional, etc. Esta riqueza lleva a categorizaciones que superan el ya conocido uso de gentilicios, como el de «cine de terror japonés», para hablar incluso de determinada corriente de cine en Japón calificada como «cine de Cannes», en clara alusión al cine elaborado tomando en consideración la interacción con la industria y el espectador europeo, como explica Domingo López.

Un segundo «lugar común» que la conversación generada desenmascara es la idea de «cines

periféricos». Más allá de las narrativas eurocéntricas y orientalistas, resulta obvio indicar la constante contribución del cine de Asia oriental al cine consumido de forma transnacional, cuestionando la idea de «periférico» como alejado de un centro generador de contenidos e identificándolo, como explica Ángel Sala, como un «cine incorporado al orbe cultural audiovisual como base informadora de tendencias y talento». En este mismo sentido, se resalta la influencia del cine asiático en cinematografías occidentales, especialmente dentro del cine de género, lo que lo convierte en foco emisor de influencias, tendencias, géneros, talento, etc., difícil de encajar en una definición de «cine periférico».

Para entender el éxito del cine coreano y japonés, normalmente, se recurre a dos variables fundamentales, la calidad del producto y la capacidad de posicionarse en los mercados internacionales. Todos los expertos consultados coinciden en hablar, de forma general, de un cine de calidad a cuya internacionalización han contribuido sus industrias culturales, así como sus agencias de promoción internacional, aunque este esfuerzo por potenciar la industria cinematográfica no sea comparable a la enorme máquina de promoción del cine norteamericano, que en muchos casos determina los éxitos de taquilla, como explica José Luís Rebordinos. Ahora bien, todos insisten en que la piedra angular de la creciente circula-

ción de contenidos asiáticos en España no son los mecanismos y *stakeholders* del mercado global, sino los espectadores. Una de las pruebas más fehacientes sería, por ejemplo, cómo las pautas de consumo de los *millennials* han contribuido a la irrupción de contenidos audiovisuales japoneses y coreanos disponibles en España en las principales plataformas digitales de *streaming*. Un público que, como explica Quim Crusellas, está cada vez más cultivado en conocimiento y es más maduro, en lo que respecta a sus preferencias.

La fuerza disruptiva de la tecnología para la distribución de contenido audiovisual, las nuevas generaciones de espectadores europeos o la variedad de la cinematografía japonesa y coreana, entre muchos otros factores, dificultan la posibilidad de cartografiar el consumo transnacional de este cine, como apunta Menene Gras. Pero, asimismo, esta situación enciende el foco del interés académico por asumir el reto de conectar en una narrativa compleja todas estas fuerzas globales y locales que permita hacer comprensible el fenómeno de la circulación del cine japonés y coreano en España durante las últimas décadas, las posibles tendencias de futuro y la capacidad de transformación de las industrias culturales locales. ■

REFERENCIAS

- Ahn, S. (2012). *The Pusan International Film Festival, South Korean Cinema, and Globalization*. Hong Kong: Hong Kong University Press.
- Brown, S. T. (2018). *Japanese Horror and the Transnational Cinema of Sensations*. Nueva York: Palgrave Macmillan.
- Chua B. H., Iwabuchi, K. (eds.) (2008). *East Asian Pop Culture: Approaching the Korean Wave*. Hong Kong: Hong Kong University Press.
- Chung, H. S., Diffrient, D. S. (2015). *Movie Migrations: Transnational Genre Flows and South Korean Cinema*. New Brunswick: Rutgers University Press.
- Evans, E., Coughlan, T., Coughlan, V. (2017). Building Digital Estates: Multiscreening, Technology Management and Ephemeral Television. *Critical Studies in Television: The International Journal of Television Studies*, 12(2), 191-205. <https://doi.org/10.1177/1749602017698714>
- Hallinan, B., Striphas, T. (2016). Recommended for You: The Netflix Prize and the Production of Algorithmic Culture. *New Media & Society*, 18(1), 117-137. <https://doi.org/10.1177/1461444814538646>
- Hernandez Hernandez, A. D., Hirai, T. (2015). The Reception of Japanese Animation and its Determinants in Taiwan, South Korea and China. *Animation: an interdisciplinary journal*, 10(2), 154-169. <https://doi.org/10.1177/1746847715589061>
- Iordanova, D. (2012). Digital Disruption: Technological Innovation and Global Film Circulation. En D. Iordanova y S. Cunningham (eds.), *Digital disruption: Cinema movies on-line* (pp. 1-31). St. Andrews: St. Andrews Film Studies.
- Iwabuchi, K. (ed.) (2004). *Feeling Asian Modernities: Transnational consumption of Japanese TV drama*. Hong Kong: University of Hong Kong Press.
- Jenkins, H., Ford, S., Green, J. (2013). *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. Nueva York: New York University Press.
- Kim, Y. (ed.) (2008). *Media Consumption and Everyday Life in Asia*. Nueva York: Routledge.
- (2013). *The Korean Wave: Korean Media Go Global*. Nueva York: Routledge.
- (2019). *South Korean Popular Culture and North Korea*. Nueva York: Routledge.
- Mikos, L. (2016). Digital Media Platforms and the Use of TV Content: Binge Watching and Video-on-Demand in Germany. *Media and Communication*, 4(3), 154-161. <http://dx.doi.org/10.17645/mac.v4i3.542>
- Tezuka, Y. (2012). *Japanese Cinema Goes Global: Filmworkers' Journeys*. Hong Kong: Hong Kong University Press.
- Tryon, C. (2012). «Make Any Room Your TV Room»: Digital Delivery and Media Mobility. *Screen*, 53(3), 287-300. <https://doi.org/10.1093/screen/hjs020>
- Wada-Marciano, M. (2010). Global and Local Materialities of Anime. En M. Yoshimoto, E. Tsai y J. B. Choi (eds.), *Television, Japan, and Globalization* (pp. 241-258). Ann Arbor: Center for Japanese Studies, University of Michigan.

MÁS ALLÁ DE LOS ÉXITOS PUNTUALES DEL CINE ASIÁTICO: LA CIRCULACIÓN DEL CINE COREANO Y JAPONÉS EN ESPAÑA

Resumen

Siguiendo con la indagación del monográfico sobre la porosidad de nuestro audiovisual con respecto a su contraparte japonesa y surcoreana, en la sección de (Des)encuentros congregamos a los responsables de los festivales más relevantes para la circulación de estos cines dentro del territorio español para monitorizar la situación desde su papel como puerta de entrada de dichas cinematografías. Quim Crusellas y Domingo López (director y programador, respectivamente, del Festival Nits Cinema Oriental de Vic), Menene Gras (directora del Asian Film Festival de Barcelona), José Luis Rebordinos (director del Donostiako Nazioarteko Zinemaldia de Donostia) y Ángel Sala (director del Festival Internacional de Cinema Fantàstic de Catalunya de Sitges) responden a las cuestiones planteadas por Guillermo Martínez Taberner y Antonio Loriguillo-López sobre facetas de la circulación de estas películas tan dispares como la evolución del público español o la irrupción de las plataformas de *video on-demand*.

Palabras clave

Festivales de cine; San Sebastián; Sitges; Nits Cinema Oriental; Asian Film Festival; Cine japonés; Cine surcoreano.

Autores

Quim Crusellas es el director del Festival Nits Cinema Oriental de Vic. Contacto: nits@cinemaoriental.com.

Domingo López es el programador del Festival Nits Cinema Oriental de Vic. Contacto: programmer@cinemaoriental.com.

Menene Gras es la directora del Asian Film Festival de Barcelona. También dirige el departamento de cultura y exposiciones de Casa Asia (Barcelona). Contacto: mgras@casaasia.es.

José Luis Rebordinos es el director del Donostiako Nazioarteko Zinemaldia de Donostia. Contacto: direccion@sansebastianfestival.com.

Ángel Sala es el director del Festival Internacional de Cinema Fantàstic de Catalunya de Sitges. Contacto: info@sitgesfilmfestival.com.

Guillermo Martínez-Taberner es profesor asociado del Departamento de Humanidades de la Universitat Pompeu Fabra desde 2009 y responsable del Departamento de Economía y

BEYOND THE SPORADIC SUCCESS OF ASIAN CINEMA: THE CIRCULATION OF KOREAN AND JAPANESE CINEMA IN SPAIN

Abstract

Continuing with the investigation of the monographic about the porosity of our audiovisual regarding its Japanese and South Korean counterpart, in the section of (Dis)agreements we congregate the people in charge of the most relevant festivals for the circulation of these cinemas inside the Spanish territory to monitor the situation from their role as gatekeepers of these cinematographies. Quim Crusellas and Domingo López (director and programmer, respectively, of the Festival Nits Cinema Oriental de Vic), Menene Gras (director of the Asian Film Festival of Barcelona), José Luis Rebordinos (director of the Donostiako Nazioarteko Zinemaldia in Donostia) and Ángel Sala (director of the Sitges Film Festival) answer to the questions posed by Guillermo Martínez Taberner and Antonio Loriguillo-López on facets of the circulation of these films, the evolution of the Spanish audiences, or the irruption of video on-demand platforms.

Key words

Film festivals; San Sebastian; Sitges; Nits Cinema Oriental; Asian Film Festival; Japanese cinema; South Korean cinema.

Authors

Quim Crusellas is the director of the Festival Nits Cinema Oriental de Vic. Contact: nits@cinemaoriental.com

Domingo López is the programmer of the Festival Nits Cinema Oriental de Vic. Contact: programmer@cinemaoriental.com

Menene Gras is the director of the Asian Film Festival in Barcelona. She also directs the culture and exhibitions department of Casa Asia (Barcelona). Contact: mgras@casaasia.es

José Luis Rebordinos is the director of the Donostiako Nazioarteko Zinemaldia in Donostia. Contact: direccion@sansebastianfestival.com

Ángel Sala is the director of the Sitges Film Festival. Contact: info@sitgesfilmfestival.com

Guillermo Martínez-Taberner is adjunct professor in the Department of Humanities at the Universitat Pompeu Fabra since 2009 and coordinator of the Economic and Business Department of Casa Asia since 2007. He obtained his PhD

Empresa de Casa Asia desde 2007. Doctor en Historia y Máster en Historia del Mundo por la Universitat Pompeu Fabra, es también Licenciado en Estudios de Asia Oriental por la Universitat Autònoma de Barcelona y Licenciado en Historia por la Universitat de València. Ha completado sus estudios con estancias anuales de formación e investigación en la Università Ca'Foscari di Venezia (2001-2002), en la Tokyo University of Foreign Studies (2005-2006), en la School of Oriental and African Studies de la University of London (2011) y en la Beijing Foreign Studies University (2016). De sus publicaciones como autor o coautor destacan *Comunicación y poder en Asia oriental* (EdiUOC, 2017), *El Japón Meiji y las colonias asiáticas del imperio español* (Ed. Bellaterra, 2017), *El manga y la animación japonesa* (EdiUOC, 2015), e *Historia de Japón. Economía, Sociedad y Política* (EdiUOC, 2012). Contacto: guillermo.martinez@upf.edu.

Antonio Loriguillo-López es personal investigador postdoctoral en la Universitat Jaume I. Doctor en Ciencias de la Comunicación, sus líneas de investigación se centran en el estudio de la narración en el cine y en la ficción televisiva comerciales, con especial atención a la animación japonesa contemporánea. Es autor y coautor de varios artículos científicos en revistas de revisión por pares, de varios capítulos de libro y de diversas comunicaciones en congresos científicos de carácter internacional. Contacto: loriguil@uji.es.

Referencia de este artículo

Crusellas, Q., Gras, M., López, D., Loriguillo-López, A., Martínez-Taberner, G., Rebordinos, J. L., Sala, Á. (2020). Más allá de los éxitos puntuales del cine asiático: la circulación del cine coreano y japonés en España. *L'Atalante. Revista de estudios cinematográficos*, 29, 153-162.

in History and his MA in World History from Universitat Pompeu Fabra . He received his BA in East Asian Studies from the Universitat Autònoma de Barcelona and his BA in Contemporary History from the Universitat de València. He has been visiting researcher at Università Ca'Foscari di Venezia (2001-2002), Venice International University (2002), Tokyo University of Foreign Studies (2005-2006), the School of Oriental and African Studies of the University of London (2011) and the Beijing Foreign Studies University (2016). Among his publications he is author or co-author of: *Comunicación y poder en Asia oriental* (EdiUOC, 2017), *El Japón Meiji y las colonias asiáticas del imperio español* (Ed. Bellaterra, 2017), *El manga y la animación japonesa* (EdiUOC, 2015), *Historia de Japón. Economía, Sociedad y Política* (EdiUOC, 2012). Contact: guillermo.martinez@upf.edu.

Antonio Loriguillo-López is currently a post-doctoral fellow at the Communication Sciences Department at Universitat Jaume I. Ph.D in Communication Sciences by Universitat Jaume I, Castelló de la Plana (Spain). His research interests are focused on the crossroads between Japanese contemporary animation and complex narration. He is the author and co-author of several scientific articles, book chapters and contributions to international conferences. Contact: loriguil@uji.es.

Article reference

Crusellas, Q., Gras, M., López, D., Loriguillo-López, A., Martínez-Taberner, G., Rebordinos, J. L., Sala, Á. (2020). Beyond the Unusual Success of Asian Cinema: The Circulation of Korean and Japanese Cinema in Spain. *L'Atalante. Revista de estudios cinematográficos*, 29, 153-162.

Edita / Published by



Licencia / License



ISSN 1885-3730 (print) / 2340-6992 (digital) DL V-5340-2003 WEB www.revistaatalante.com MAIL info@revistaatalante.com

