

EL IMPACTO DEL AUDIOVISUAL JAPONÉS Y SURCOREANO EN ESPAÑA: CIRCULACIÓN, RECEPCIÓN E INFLUENCIA

BLAI GUARNÉ

Hace ya algunos años, el actor y director Clint Eastwood nos explicaba a un grupo de estudiantes e investigadores en la Stanford University, en Estados Unidos, cómo su trabajo en los *spaghetti western* dirigidos por Sergio Leone en España le había capacitado sin saberlo para enfrentar con decisión los retos de un rodaje con equipos multilingües. Eastwood recordaba su experiencia como actor en Almería en producciones en las que los intérpretes actuaban en distintos idiomas, en una suerte de azaroso rompecabezas lingüístico que solo acababa cobrando sentido en el estudio de doblaje. La anécdota salía a colación en el debate posterior a la proyección de *Cartas desde Iwo Jima* (*Letters From Iwo Jima*, 2006), una producción en la que Eastwood había dirigido a actores que actuaban íntegramente en japonés, completando así su díptico cinematográfico sobre la Batalla de Iwo Jima, en la Guerra del Pacífico.

Visto desde la distancia, no deja de ser irónico que fuese precisamente la experiencia de ro-

daje bajo las órdenes de Leone lo que preparó a Eastwood para rodar cuarenta años más tarde la contraparte nipona de *Banderas de nuestros padres* (*Flags of Our Fathers*, 2006), si recordamos la demanda que los productores del director japonés Akira Kurosawa interpusieron al realizador italiano por basarse en *Yojimbo* (1961) para el argumento de *Por un puñado de dólares* (*Per un pugno di dollari*, 1964)¹. Tan irónico como pensar que las ganancias que este film acabaría reportando al realizador nipón serían bastante más sustanciosas que lo recaudado por la película que adaptaba. La anécdota rememorada por Eastwood nos acerca a la compleja maraña de elementos lingüísticos, culturales, narrativos, económicos, legales que, entre otros muchos, intervienen en la producción y circulación transnacional de las obras cinematográficas y evidencia, en última instancia, las múltiples influencias que en un mundo cada vez más integrado se han ido abriendo paso en una industria tradicionalmente dominada por las formas re-

LAS MÚLTIPLES INFLUENCIAS QUE EN UN MUNDO CADA VEZ MÁS INTEGRADO SE HAN IDO ABRIENDO PASO EN UNA INDUSTRIA TRADICIONALMENTE DOMINADA POR LAS FORMAS REPRESENTACIONALES OCCIDENTALES

presentacionales occidentales y patrimonializada por los discursos y las prácticas del cine estadounidense.

En la consideración de este tema, la circulación global de las producciones audiovisuales japonesas y surcoreanas se ha revelado como un objeto de análisis singular, tanto por las configuraciones estético-representacionales que disemina (vid. Bonillo Fernández, 2019; Hinton, 2013; Kinsella, 2014; Morisawa, 2019; Pellitteri, 2018; Tezuka, 2012; Wee, 2014) como por las múltiples formas narrativas —*transmedia-crossmedia*— y diversidad de soportes —multiplataforma (*media-mix*)— que articula (vid. Jenkins, 2008; y también Hernández-Pérez, 2017; Loriguillo-López, 2016, 2018; Villa Gracia, 2019), así como por las novedosas prácticas de consumo y expresiones subculturales que contribuye a generar (vid. Annet, 2014; Galbraith y Karlin, 2012; Hills, 2016; Iwabuchi, 2010; Lamarre, 2006; Lee y Nornes, 2015; Miller, 2017; Otmazgin y Lyan, 2013; Sabre, 2016; Steinberg, 2012, 2017; Yoon y Yong, 2017).

En relación a España, el interés por la cultura audiovisual japonesa y surcoreana en la producción nacional abarca casos muy diversos que van desde la influencia de los *animes* del Studio Ghibli en el trabajo pionero de Baltasar Pedrosa Clavero (e.g. *Gisaku*, 2005) y de las producciones emitidas en la televisión de los noventa como *Bola de Dragón* (Dragon Ball, A. Toriyama, Fuji TV: 1986-1989), *Campeones: Oliver y Benji* (Captain Tsubasa, Y. Takahashi, TV Tokyo: 1983-1986), *Los caballeros del zodiaco* (Saint Seiya, 1986-1989) o *Sailor Moon* (Bishōjo senshi Sailor Moon, 1992-1997) en la obra

de los hermanos Emilio y Jesús Gallego (e.g. *Shuriken School*, Xilam y Zinkia Entertainment, France 3: 2006) (vid. Horno, 2014), así como en la filmografía de Carlos Vermut (vid. Venet Gutiérrez, 2019) con sus referencias constantes y explícitas a la cultura popular japonesa en *Magical Girl* (2014) y algo más tangenciales a *Dolls* (2002) de Takeshi Kitano, hasta las correspondencias indirectas de *La isla mínima* de Alberto Rodríguez (2014) con *Memories of Murder* (*Crónica de un asesino en serie*) (Salinui chueok, 2003) de Bong Joon-ho (vid. Kovacsics y Salvadó, en este monográfico) e, incluso, las resonancias más oblicuas en los trabajos de Carla Simón y Celia Rico (vid. Garín y de Vargas, *ibíd.*), pasando por los giros neorientalistas de Isabel Coixet en *Mapa de los sonidos de Tokio* (2009) en su fallida emulación de la poética de Wong Kar-wai, y los declaradamente paródicos de *Los Japón* (2019) de Álvaro Díaz Lorenzo, por mencionar solo algunos ejemplos de lo más diverso.

A pesar de lo fragmentario de estos ejemplos, las incursiones que testimonian siguen la tónica de un cambio profundo en la cultura audiovisual global que afecta en igual medida a la sociedad española; un cambio caracterizado por el aumento espectacular de la circulación transnacional de los productos audiovisuales japoneses y surcoreanos. Al interés por el *manganime* japonés iniciado de un modo reconocible hace más de veinte años con la emisión televisiva de las series citadas —precedidas dos décadas antes por otras como *Marco, de los Apeninos a los Andes* (Haha wo tazunete sanzen ri, 1976), *Heidi* (Alps no shōjo Heidi, 1974) o *Mazinger Z* (1972-1974)— se ha sumado el éxito de la música *J-pop* y *K-pop* entre los sectores más jóvenes de la población, mientras los televisivos *K-drama* y *doramas* japoneses han conseguido traspasar nichos de consumo específicos hasta hacerse un hueco en los catálogos de las principales plataformas de *subscription video-on-demand* como Netflix, con grandes audiencias potenciales. Música, productos gráficos y producciones audiovisuales japonesas y surcoreanas integran ya los hábitos

de consumo y ocio de la sociedad española, ejerciendo una poderosa influencia en la redefinición de sus gustos, intereses y aficiones.

Como en su día sucedió con la literatura, la gastronomía, las artes marciales y los videojuegos asociados a estos países, las producciones audiovisuales japonesas y surcoreanas han pasado a formar parte del paisaje social español, consolidándose como uno de los flujos transnacionales más potentes de la cultura popular contemporánea en todo el mundo. Su impacto mundial ha impugnado nuevamente las tesis que a mediados de los años noventa concebían la globalización en términos de occidentalización, como un fenómeno unidireccional en el que lo global se entendía como la influencia occidental en un mundo definido sobre la base de particularismos locales. Estas tesis, que identificaban en el fenómeno de la globalización un proceso conducente a la conformación última de una cultura global homogénea, de patrón euroatlántico y modelo norteamericano (e.g. *McDonalización*², *Disneyficación*³) se vieron contestadas desde mediados de los 2000 por estudios que llamaban la atención sobre la circulación transnacional de productos culturales y mediáticos no occidentales, especialmente procedentes del continente asiático. En este sentido, la emergencia y posterior consolidación de Japón y Corea del Sur como superpotencias culturales ha obligado a replantear el debate sobre la globalización cultural desde la consideración de una pluralidad de centros irradiadores de contenidos y significados que circulan de manera desigual a escala planetaria.

Los trabajos de Koichi Iwabuchi (2002, 2004, 2004 *et al.*^{4,5}) y Kim Youna (2008, 2013, 2019) constituyen un punto de inflexión en la consideración académica de este tema. Iwabuchi (2002) ha «re-centrado» los procesos globalizadores en Asia Oriental señalando el papel central jugado por Japón en la circulación de producciones audiovisuales y productos de la cultura popular en la región. Particularmente influyente resulta su análisis del intento de «desaromatizarlos» de características

MÚSICA, PRODUCTOS GRÁFICOS Y PRODUCCIONES AUDIOVISUALES JAPONESAS Y SURCOREANAS INTEGRAN YA LOS HÁBITOS DE CONSUMO Y OCIO DE LA SOCIEDAD ESPAÑOLA

japonesas presentándolos como productos sin nacionalidad (*mukokuseki*) con el propósito de asegurar así su penetración en unos mercados todavía reticentes a una incursión que recapitula en el plano económico y cultural la presencia colonial japonesa en el continente. El boom global de la cultura popular surcoreana, epitomizada por el fenómeno de la *Hallyu* («ola coreana») ha venido a «descen-trar» a su vez el predominio nipón en la circulación mediática intra-asiática. Kim Youna (2013) ha analizado ampliamente esta cuestión considerando las implicaciones sociales, culturales y políticas de su expansión global, estrechamente ligada a la explosión de los medios de comunicación digitales y las redes sociales. Destaca su análisis del papel jugado por la administración surcoreana en el desarrollado planificado de las industrias culturales como proyecto nacional con el que competir en el entorno de la globalización e intentar capitalizarla. A través de medidas concretas como la ley para la promoción del cine de 1995, que incentivó la inversión de los poderosos conglomerados industriales (*chaebol*, e.g. Samsung, Hyundai, Daewoo) en el sector audiovisual, se ha logrado arrebatarse a las producciones de Hollywood su posición de dominio en el mercado surcoreano con *blockbusters* nacionales de recorrido internacional, en un sistema que destina el mismo apoyo al cine que a la exportación de productos industriales como automóviles y electrodomésticos. De este modo, el cine, la ficción televisiva seriada —fuerza motriz de la «ola coreana»—, el *K-Pop* —producto estrella sistemáticamente diseñado y monitorizado para llegar a una audiencia internacional— y los juegos online —sector en el que el país es líder— se han

convertido no solo en objetos de gran consumo dentro y fuera de Asia, sino en objetos de deseo de las nuevas generaciones que impulsan su circulación global.

Es precisamente esta idea de «circulación» (Guarné y Hansen, 2018; Lee y LiPuma, 2002; Tsing, 2000; Valaskivi y Sumiala, 2014) la que en los últimos años se ha revelado como un productivo instrumento para la comprensión de las complejas interacciones culturales, políticas y económicas que definen los flujos transnacionales en el escenario de la globalización. Su bondad analítica reside no solo en capturar la naturaleza multifacética de la diseminación global de imágenes e informaciones sino en permitirnos comprender cómo esta sucede a través de la reconfiguración constante de los procesos y las prácticas que definen su circulación misma⁶. La eclosión del vértice asiático ha adquirido así un estatus incuestionable en la revisión de los presupuestos que orientan el estudio académico de la globalización cultural, superando las tesis que la equiparaban a la occidentalización.

LA ECLOSIÓN DEL VÉRTICE ASIÁTICO HA ADQUIRIDO ASÍ UN ESTATUS INCUESTIONABLE EN LA REVISIÓN DE LOS PRESUPUESTOS QUE ORIENTAN EL ESTUDIO ACADÉMICO DE LA GLOBALIZACIÓN CULTURAL

Sin embargo, no parece haberse producido un cuestionamiento al mismo nivel de la ecuación «global/local» en el análisis de esta cuestión. Desde sus inicios, el estudio de la globalización ha intentado explicar la interacción entre las fuerzas de lo global y lo local por medio de diferentes esquemas teóricos tales como la tensión paradójica entre las tendencias de la homogeneización y la heterogeneización (Appadurai, 1996, 2001), la integración y la diferenciación (Featherstone, 1990, 1995⁷), y la

conexión y la desconexión (Ferguson, 1999, 2006), por citar solo los principales. Conceptos como *global mélange* (Nederveen Pieterse, 1995, 2004), *ecúmene global* (Hannerz, 1992, 1996) y *cosmopolitismo* (Mathews, 2000) han servido para expresar con mayor o menor acierto los efectos complejos de las dinámicas de desterritorialización y reterritorialización (García Canclini, 1996) que conforman el mundo contemporáneo. A pesar de ello, el polo de lo local continúa entendiéndose en gran medida como un contrapunto de lo global que responde, ya sea como resistencia o como adaptación, a su impacto más concreto. La innegable dimensión creativa que subraya esta perspectiva reside en la base de los desarrollos conceptuales que abarcan las nociones de «glocalización» (Robertson, 1992, 1995), «domesticación» (Tobin, 1992), «creolización» (Hannerz, 1992), «hibridez» (García Canclini, 1996), «localización» (Long, 1996) e «indigenización» (Appadurai, 1996), entre otras muchas. En qué medida estos distintos heurísticos han sido capaces de traspasar la interpretación en términos de adaptación y apropiación cultural de lo que, en realidad, constituyen desarrollos específicos, ontológicamente originales, configurados en haces de relaciones múltiples (sociales, económicas, políticas, culturales) es objeto de una discusión cuya glosa escapa a los límites de esta Introducción. Señalaremos, solamente, que el hecho de que la ecuación «global/local» no deje de estar mediatizada por las categorías modernas de «origen/destino» y «original/copia» (Allen y Sakamoto, 2006) lejos de aclarar, enmascara la comprensión de un fenómeno multilineal y poliédrico resultado de las dinámicas transnacionales que operan en un mundo cada vez más interconectado.

Discusiones relativas a si el manga es un producto únicamente japonés, si puede considerarse como *K-pop* la música hecha por grupos no coreanos, o cuan japonés es el *anime* si gran parte de su producción está externalizada en estudios subcontratados fuera de Japón, si su circulación internacional depende de distribuidoras extranje-

ras y sus contenidos son continuamente rearticulados por comunidades de fans (*fandom*) que los traducen, reinterpretan y diseminan a través de los canales alternativos de un *remix world* (McLelland, 2018) son preguntas recurrentes que equivocan el punto focal de análisis, centrándolo en supuestas características esenciales definidas en términos nacionales. Si el manga o el *anime* resultan apelativos a pesar de su «uncompromising “otherness”», por ponerlo en términos de Napier (2005: 9), es precisamente por su naturaleza híbrida, dislocada y promiscua, resultado de una constelación de influencias y relaciones diversas que interaccionan más allá de lo que pueden captar formulaciones dicotómicas del tipo «global/local», «universal/particular», «internacional/nacional», que acaban reduciendo a términos modernos la complejidad posmoderna de una época de capitalismo avanzado o tardío —según se prefiera— a la Jameson (2002).

Todo esto se complica aún más cuando los procesos de apropiación cultural son llevados a cabo por aquellos que se arrojan su propiedad legítima (e.g. agencias políticas, programas gubernamentales, acciones de diplomacia pública) que ven en las industrias culturales y creativas un fértil campo de operaciones político de alcance internacional, abierto a la aplicación de sus agendas particulares. La convergencia de agenda política y producción cultural ha contribuido así a la reificación de la idea de «cultura nacional» por medio de estrategias de *soft power* (Nye, 1990; Shiraishi, 1997)⁸ que compiten en la economía global del *nation branding* (e.g. *Cool Japan*, *Hallyu* surcoreana)⁹, instrumentalizando al servicio de discursos únicos lo que, por su propia naturaleza, son expresiones múltiples, diversificadas y fragmentarias de la cultura popular.

La problematización de la dimensión cultural en las producciones audiovisuales japonesas y surcoreanas, es decir, la problematización de lo que se entiende por «japonés» y por «coreano» en ellas, abre el debate sobre lo que se entiende por «occidental», «americano», «europeo» y «español»

en sus desarrollos y, al hacerlo, plantea preguntas sobre la naturaleza transcultural de sus discursos visuales, articulaciones narrativas y conceptualizaciones estéticas que deben ser abordadas por el análisis cultural. Esta tarea resulta todavía más necesaria en contextos tradicionalmente descuidados por la reflexión académica sobre estos temas como el entorno español, frente a la profusión de estudios centrados en la diseminación, reproducción y consumo de las producciones audiovisuales japonesas y surcoreanas en el ámbito anglosajón y el asiático. En este monográfico hemos querido hacer frente a todos estos temas para ofrecer un estado de la cuestión que nos permita asentar las investigaciones sobre la circulación, recepción e influencia de los desarrollos audiovisuales de las culturas populares de Japón y Corea del Sur en nuestro país. Con este objetivo, y dejando de lado la primacía de los enfoques en el ámbito de acción anglosajón, los artículos que componen la sección Cuaderno se enfrentan a la cuestión del impacto del audiovisual japonés y surcoreano en España en el sentido más amplio del término.

LA CONVERGENCIA DE AGENDA POLÍTICA Y PRODUCCIÓN CULTURAL HA CONTRIBUIDO ASÍ A LA REIFICACIÓN DE LA IDEA DE «CULTURA NACIONAL» POR MEDIO DE ESTRATEGIAS DE SOFT POWER

Daniel Ferrera abre el monográfico con una aproximación histórica al paso de la animación comercial japonesa por la televisión española durante un periodo clave para su consolidación, los años noventa. «Análisis de la programación de *anime* en la televisión generalista en España (1990-1999)» plantea cómo la irrupción de las cadenas privadas en el mercado de la televisión nacional estableció una dinámica de fuerte competitividad en la que el *anime* jugó un papel instrumental a través de arriesgadas estrategias de programación

y contraprogramación. A partir del análisis de la parrilla televisiva de las cinco cadenas de cobertura estatal (las dos públicas, TVE1 y TVE2, y las tres privadas, Antena 3, Canal+ y Telecinco), Ferrera describe cómo la programación del *anime* observó una operativa de «ensayo y experimentación» en la que primaron los criterios de contraprogramación sobre la adecuación de los contenidos al público espectador. Una atención especial merece su consideración del hecho de que, del total de las emisiones de *anime* programadas por las televisiones españolas durante ese periodo, las producciones concebidas originalmente por sus creadores para un público infantil supusieron un porcentaje minoritario frente a la gran mayoría de las destinadas al público masculino adulto, a pesar de que su emisión se dirigió siempre a los niños. El desconocimiento por parte de los programadores de la tipología de géneros y subgéneros que conforma el *anime*, sumado al prejuicio social que interpretaba la animación como un producto destinado únicamente a la infancia, suscitó la controversia acerca de lo pernicioso de su consumo, saltando la cuestión de su irrupción televisiva a la sección de actualidad de los periódicos de tirada nacional con noticias de tintes alarmistas. Se trató de una polémica compartida con otros países del entorno europeo, y con resonancias y ramificaciones en otros productos de entretenimiento también relacionados con Japón y erróneamente identificados con el público infantil (e.g. videojuegos). Más allá de lo contextual del debate, el auge del *anime* en estos años, tanto en la televisión pública estatal y las cadenas autonómicas como en las operadoras privadas —de entre las que destaca Telecinco por su relación clave con el mercado italiano y experiencia previa en la emisión de series en ese país—, convirtió la animación comercial japonesa en un producto habitual y reconocible en el paisaje audiovisual español, impactando de un modo duradero en el imaginario colectivo de varias generaciones, lo que acabó resultando esencial en el fenómeno de la conformación y asentamiento de

las comunidades de apreciación del *anime* en España.

Al hilo de esta cuestión, pero desde una perspectiva analítica distinta —y precisamente por eso— en gran medida complementaria, Luis Deltell Escolar y Carla Folgar Arias se embarcan en una exploración de las hiperactivas comunidades de fans de la cultura audiovisual asociada a la *Hallyu* («ola coreana») y, especialmente, a su manifestación más dinámica, el *K-pop*, auténtico «punto de enganche» del interés por su manifestación en nuestro país. Desde un enfoque de investigación que hibrida la metodología cuantitativa con la cualitativa, empleando tanto la encuesta como las entrevistas en profundidad, «*Hallyu* 한류 en España, espectadores, *fanbases* y nuevas formas de consumir el audiovisual» aborda de un modo pionero el análisis de las comunidades de seguidores españoles de la «ola coreana», sus intereses, motivaciones y prácticas de consumo en nuestro entorno, así como la importancia que los medios digitales juegan en la consolidación social del fenómeno cultural de la *Hallyu*. Para Deltell y Folgar la influencia de los productos audiovisuales surcoreanos está generando una forma radicalmente distinta de cinefilia, propia de la era digital, en la que los espectadores participan en el desarrollo y la expansión de sus contenidos de manera activa y comprometida, frente al consumo tradicional de narraciones televisivas y fílmicas. Se trata de un nuevo tipo de espectador que, lejos de conformarse con consumir pasivamente las producciones audiovisuales, asume un rol operativo en su

SE TRATA DE UN NUEVO TIPO DE ESPECTADOR QUE, LEJOS DE CONFORMARSE CON CONSUMIR PASIVAMENTE LAS PRODUCCIONES AUDIOVISUALES, ASUME UN ROL OPERATIVO EN SU REALIZACIÓN Y DIVULGACIÓN

LA NUEVA OLA DE EXPRESIONES DE LA CULTURA AUDIOVISUAL SURCOREANA CONVIVE EN ESPAÑA CON EL CINE QUE, PESE HABER CEDIDO CIERTA ATENCIÓN POR PARTE DE LOS MEDIOS ESPECIALIZADOS, CONTINÚA MANTENIENDO UNA PRESENCIA RESILIENTE EN LAS TAQUILLAS ESPAÑOLAS Y DESTACADA EN LOS FESTIVALES AFINES

realización y divulgación, constituyéndose como una audiencia social creativa que se organiza, interacciona y expande a través de las redes y medios del «enjambre digital» (e.g. Twitter, Facebook, Instagram, blogs, apps para móvil, canales de YouTube, etc.). Particularmente interesante es la aproximación que Deltell y Folgar plantean a estos *locus* digitales como espacios de contrapoder en los que resulta posible la construcción de una urdimbre de afectos y contactos entre espectadores que, al no identificarse con el lenguaje audiovisual dominante, encuentran fuera de las narrativas y músicas hegemónicas no solo un espacio de entretenimiento alternativo, sino un «modo de activismo cultural». Deltell y Folgar sostienen así que el consumo de la *Hallyu* por los jóvenes españoles constituye un caso claro de resistencia y contrapoder al predominio audiovisual global de la industria estadounidense, cuya práctica contribuye de un modo fundamental al proceso de asimilación del imaginario audiovisual surcoreano en nuestro país.

Un recorrido paralelo al de la corriente musical analizada por estos autores ha seguido otra de las exportaciones culturales más populares procedentes de Corea del Sur, el *K-drama*. El artículo firmado por Juan Rubio de Olazabal se adentra en uno de los títulos de moda distribuidos por la plataforma de *streaming* de Netflix, *Recuerdos de la Alhambra* (Jae-Jeong Son, TVN-Netflix: 2018).

Con localizaciones inspiradas en la ciudad de Granada, icono turístico mundial, la serie supone un interesante artefacto de Orientalismo inverso (Guarné, 2017) en la representación exotista y romántica de lo que el imaginario colectivo surcoreano ha codificado como español. «El audiovisual surcoreano en España: Granada como ludo-mundo en la serie *Recuerdos de la Alhambra*» explora el modo intrínsecamente lúdico a través del cual una producción audiovisual dramática surcoreana se apropia visualmente del paisaje —supuestamente granadino— de una ciudad convertida en el escenario electrónico-virtual de un juego de realidad aumentada de marcado carácter hispánico. Especialmente interesante es el análisis que Rubio de Olazabal articula sobre la manera como esta apropiación lúdica dialoga con la apropiación cultural de los aspectos y referentes visuales más universalmente ligados al folclore andaluz y, por extensión, a toda España. La serie reinterpreta así el espacio urbano a través de un repertorio complejo de mundos superpuestos con sus distintas temporalidades que van de la Granada ficcionada en su argumento a la Granada ludificada en la realidad alternativa del juego que lo impulsa. En la consideración de este proceso, Rubio de Olazabal explora el tránsito entre lo real ficcionado y lo ilusorio digital, que recapitula en el plano imaginario la magia atribuida a una ciudad idealizada en un orientalizante *tableau vivant* de espejismos y ambigüedades que, a su vez, se reproducen en la caracterización de los personajes y las tramas que los guían. Merece una atención especial la consideración que el artículo realiza de las texturas ludo-ficcionales que conectan el juego con la ficción televisiva a través de una producción que —tanto en su narrativa como en su visualidad— intenta traspasar las convenciones de ambos géneros, planteando la borrosa frontera que separa «el mundo primario y el lúdico», «lo real y lo ilusorio» y «la cordura y la locura», remitiéndonos finalmente a la paradoja del juego que enriquece la realidad a costa de reducirla.

La nueva ola de expresiones de la cultura audiovisual surcoreana convive en España con el cine que, pese haber cedido cierta atención por parte de los medios especializados, continúa manteniendo una presencia resiliente en las taquillas españolas y destacada en los festivales afines. En estos asuntos inciden las dos siguientes contribuciones. En la primera de ellas, Sonia Dueñas se centra en la recepción en España de las obras editadas del realizador Yeon Sang-ho, un caso de especial interés por desafiar los límites de la autoría y la distribución convencional con una carrera que oscila entre el modo de producción del cine independiente y el del *blockbuster*. Dueñas expone cómo con *Tren a Busan* (Busanhaeng, 2016) Yeon Sang-ho ha conseguido dar el salto no solo de la animación independiente al cine de imagen real, sino también al cine comercial con una producción —metáfora del adocenamiento de la sociedad— que parece llamada a convertirse en una película de culto. «Entre el cine independiente y el *blockbuster* en Corea del Sur: Las obras de Yeon Sang-ho y su recepción en España» se aproxima al fenómeno del *blockbuster* surcoreano como un producto híbrido que integra el modelo hollywoodiense de cine de género y grandes efectos especiales con elementos narrativos estrechamente ligados a la identidad nacional surcoreana y la memoria histórica reciente de aquel país. Se trata de metrajes protagonizados por un *star system* reconocible a nivel local y regional, con altos presupuestos y potentes estrategias de marketing que en la mayoría de los casos se traducen en rotundos éxitos comerciales a escala nacional con salida internacional. Algo distinto sucede con el cine de animación surcoreano y su presencia en las pantallas españolas, que sigue un paso por detrás del japonés, invisibilizado para los espectadores, como la participación de sus valorados profesionales en cintas de gran popularidad a nivel internacional cuya producción ha sido externalizada en estudios surcoreanos. De especial interés resulta cómo Dueñas considera en qué medida *Tren a Busan* —

una excepción por su temática de terror y zombis en un ámbito arquetípicamente identificado con el thriller—, junto con otras producciones de imagen real y animación del mismo director estrenadas como supuestas secuelas o precuelas de esta, ha contribuido a la creación y afianzamiento del cine surcoreano como una «marca de calidad». Se trata de un marchamo asimilado tanto por la crítica como los espectadores, que actúa a modo de reclamo positivo reforzando la cinefilia en la recepción del cine surcoreano en España, algo en lo que también han intervenido festivales y muestras cinematográficas, como analiza detalladamente la siguiente de las contribuciones.

Violeta Kovacsics y Alan Salvadó centran su atención en la afinidad programática del Festival de Sitges —uno de los faros del audiovisual surcoreano en nuestro país— y su papel fundamental no solo en la recepción e interpretación del «Nuevo Cine Coreano» en España, sino en su propia configuración categórica y reconocimiento genérico. Alejándose de un planteamiento transcultural abstracto y tomando el Festival de Sitges como estudio de caso, Kovacsics y Salvadó se aproximan al sistema paratextual del certamen y su contribución al reconocimiento de la idea de «Nuevo Cine Coreano» asociada al thriller a partir de la identificación de una serie de rasgos que han devenido idiosincráticos, tales como la manera de representar la violencia, la mezcla de humor negro y dramatismo, y la interrogación histórica sobre el pasado nacional reciente. «¿Made for Sitges? La recepción del thriller surcoreano en España a través del estudio de caso del Festival de Sitges» explora en qué sentido la potenciación paratextual de estos elementos ha permitido al público español reconocer un estilo común en una serie de producciones que, más allá de los patrones autorales y de género clásicos, resultan de difícil catalogación. Este proceso se ha reflejado a su vez en el paso de una perspectiva panorámica autoral a otra especializada y de género en la consideración de estos films, en un viraje directamente ligado al cambio

de «la progresiva visibilidad a la hipervisibilidad» que actualmente define la presencia surcoreana en la programación del Festival. Especialmente reveladora es la constatación en el artículo de que este cambio ha transformado a su vez, directa e indirectamente, la propia estructura del certamen mediante la creación de secciones específicas como Orient Express y Órbita que han convertido el thriller en un género estrechamente asociado con la cinematografía surcoreana, y a esta con el propio festival. Kovacsics y Salvadó describen así un proceso de interacción sinérgica que durante los últimos veinte años ha dotado al Festival de Sitges de un rol prescriptor activo en la adaptación del gusto del público al «Nuevo Cine Coreano», a la vez que ha configurado el propio certamen en una «zona de transición y transacción» capaz de incidir de un modo coadyuvante en la recepción de esta cinematografía en nuestro país.

Finalmente, el Cuaderno se cierra con un trabajo que explora los usos políticos de la imagen en el contexto bélico de la Guerra del Pacífico, a la que aludíamos al principio de esta Introducción, a través del análisis de la recepción en España de los noticiarios cinematográficos sobre la guerra en Asia producidos por Japón en la década de 1930 y la primera mitad de la de 1940. Se trata de un tema desatendido por la investigación académica en cuya consideración Marcos Centeno asume un enfoque histórico que le permite reseguir la tortuosa migración, distribución y reutilización en nuestro país de las imágenes de los noticiarios de guerra japoneses en el contexto de la Guerra Civil Española y la Segunda Guerra Mundial. «Reeditando la guerra en Asia. Noticiarios japoneses en España (1931-1945)» aborda críticamente una colección de imágenes en las que la representación de la actualidad devino una poderosa herramienta de (des)movilización social al servicio de los intereses cambiantes del franquismo, que no dudó en manipular su interpretación articulando el discurso de agitación característico de la propaganda falangista para reorientarlo, después de la caída del

Eje, en favor de la legitimación de su régimen dictatorial. En este sentido, Centeno profundiza en la tesis apuntada por otros autores según la cual, a pesar de ser un conflicto geográficamente alejado, la guerra contra China sirvió al franquismo para ver en Japón a su alter ego asiático en la cruzada mundial contra el comunismo. Centeno interroga así las imágenes no solo en relación a su contexto de producción original sino, fundamentalmente, a su contexto de recepción en España, revelando una actitud contemporizadora en la que las concomitancias con el discurso profascista del sistema imperial japonés dejaron paso a la retórica tradicionalista y nacional católica del franquismo, en un inadvertido esfuerzo de revisión retrospectiva destinado a acercar posiciones con los Aliados tras la reordenación del tablero geopolítico internacional posterior a la Segunda Guerra Mundial. De este modo, la reedición constante de las imágenes de los noticiarios de guerra japoneses conformó su material fílmico en una suerte de palimpsesto polisémico y contradictorio que, en última instancia, nos habla más de los intereses y las necesidades del régimen totalitario impuesto en la España de ese periodo, que del conflicto bélico en el escenario asiático.

LA REEDICIÓN CONSTANTE DE LAS IMÁGENES DE LOS NOTICIARIOS DE GUERRA JAPONESES CONFORMÓ SU MATERIAL FÍLMICO EN UNA SUERTE DE PALIMPSETO POLISÉMICO Y CONTRADICTORIO

El Cuaderno se complementa con la sección Diálogo en la que contamos con la participación de dos de las principales voces emergentes del cine español: las cineastas Carla Simón y Celia Rico. Los nombres de Yasujirō Ozu y de Hirokazu Koreeda, entre otros, aparecen en esta conversación en la que Manuel Garin y Ferran de Vargas

LA RECONSIDERACIÓN DEL BINOMIO «GLOBAL/LOCAL» EN EL ANÁLISIS DE ESTE FENÓMENO

profundizan sobre la influencia del cine japonés en su filmografía y, en especial, en sus premiadas óperas primas *Verano 1993* (Estiu 1993, 2017) y *Viaje al cuarto de una madre* (2018). Se trata de una conversación abierta en la que las realizadoras reflexionan sobre su aproximación al cine asiático, su contacto con la cultura visual japonesa y la contribución de la cinematografía nipona en la conformación de su mirada de maneras sutiles, a menudo desapercibidas, en la composición del espacio, la circulación de los gestos y el retrato de las emociones, en los tiempos, los ritmos y los encuadres de sus películas. Simón y Rico desgranán estas cuestiones en relación con sus intereses más personales como directoras, desde las relaciones familiares, la infancia y la pérdida hasta las tensiones entre lo rural y lo urbano, la presión social de los roles de género y la representación de lo económico y lo político en las dimensiones más cercanas de lo cotidiano. Garin y de Vargas plantean así un dialogo abierto en el que el cine se revela, a su vez, como un dialogo incesante y extenso entre películas y realizadores, que continuamente tamiza el retrato de la realidad a través del eco de la obra de los autores que nos han influido.

Siguiendo con esta indagación sobre la porosidad de nuestro audiovisual con respecto a sus contrapartes japonesa y surcoreana, en la sección (Des)encuentros congregamos a los responsables de los festivales más relevantes para su circulación dentro del territorio español, con el propósito de 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 de 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 Sitges Festival Internacional de Cinema Fantàstic de Catalunya) responden a las cuestiones planteadas por Guillermo Martínez-Taberner y Antonio Loriguillo-López sobre facetas tan dispares acerca de la circulación de estas películas en nuestro país como el lugar que ocupan los festivales en un contexto mediático de eclosión digital en el que irrumpen con una fuerza extraordinaria las plataformas de *video-on-demand*; la función de los certámenes y muestras en la visibilización de unas cinematografías lejanas que todavía se consumen por impactos o modas; el cuestionamiento de la idea de «cines periféricos» en relación a unas producciones sustantivas en la renovación global de lenguajes y narrativas audiovisuales; el decalaje entre los films que llegan a los festivales y el grueso de la producción audiovisual en sus respectivos países; y el papel de las agencias culturales, de la crítica y del público especializado en su circulación y recepción en España, lo que nos lleva, de nuevo, a la reconsideración del binomio «global/local» en el análisis de este fenómeno.

Como siempre, este número de *L'Atalante* se cierra con las variadas aportaciones de la sección Puntos de Fuga. Estudios sobre títulos tan dispares como *El viento* (The Wind, Victor Sjöström, 1928), *Andrei Rublev* (Andrei Taskovsky, 1966), *Heart of Glass* (Werner Herzog, 1976), *Las armonías de Werckmeister* (Werckmeister harmóniák, Béla Tarr, 2000) o *Vals con Bashir* (Waltz with Bashir, Ari Folman, 2008) cierran un número que esperamos sea del interés de los lectores de la revista. ■

NOTAS

- 1 No era la primera vez que un film de Kurosawa se adaptaba al viejo oeste. Otro western rodado cuatro años antes, *Los siete magníficos* (The Magnificent Seven, 1960), ambientaba también en el oeste americano un film del director japonés, *Los siete samuráis* (Shichi-

nin no Samurai, 1954), esta vez, previa compra de los derechos y con estrellas consagradas.

- 2 Vid. Ritzer (1993, 2006), Ritzer y Malone (2000).
- 3 Vid. Bryman (1999, 2003, 2004).
- 4 Junto a Muecke y Thomas (2004).
- 5 Junto a Chua (2008).
- 6 Desde esta perspectiva, el grupo de investigación GREGAL: Circulación Cultural Japón-Corea-Cataluña/España (SGR 2017 SGR 1596) del Departamento de Traducción e Interpretación y de Estudios de Asia Oriental de la Universidad Autónoma de Barcelona aborda el estudio de la circulación, reconfiguración y encaje de los flujos culturales, lingüísticos y representacionales que con Japón y Corea del Sur como vectores estratégicos afectan y transforman la realidad social española en procesos globalizadores de escala planetaria.
- 7 Con Lash y Robertson (1995).
- 8 Así como Bukh (2014), Iwabuchi (2015), Tsutsui (2011), Watanabe y McConnell (2008).
- 9 Vid. Craig (2017); Chua y Iwabuchi (2008); Daliot-Bul (2009); Kang (2015); Kim (2007); Kim (2011); Kim (2013); Kuwahara (2014); Lie (2015); Lim, Ping y Tseng (2016); Marinescu (2014) y Valaskivi (2013), entre otros.

REFERENCIAS

- Allen, M., R. Sakamoto (eds.) (2006). *Popular Culture, Globalization and Japan*. Nueva York: Routledge.
- Annet, A. (2014). *Anime Fan Communities: Transcultural Flows and Frictions*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Appadurai, A. (1996). *Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Appadurai, A. (ed.) (2001). *Globalization*. Durham: Duke University Press.
- Bonillo Fernández, C. (2019). Relaciones Japón-España-Latinoamérica a través del anime: España y Latinoamérica como escenarios en el anime japonés. En D. Almazán Tomás y E. Barlés Báguena (eds.) *Japón, España e Hispanoamérica: Identidades y relaciones culturales* (pp. 333-366). Zaragoza: Prensas de la Universidad de Zaragoza.
- Bryman, A. (1999). The Disneyization of society. *Sociological Review*, 47(1), 25-47.
- Bryman, A. (2003). McDonald's as a Disneyized Institution: Global Implications. *American Behavioral Scientist*, 41(2), 154-167.
- Bryman, A. (2004). *The Disneyization of society*. Londres: SAGE.
- Bukh, A. (2014). Revisiting Japan's Cultural Diplomacy: A Critique of the Agent-Level Approach to Japan's Soft Power. *Asian Perspective*, 38, 461-485.
- Chua B. H., Iwabuchi, K. (eds.) (2008). *East Asian Pop Culture: Approaching the Korean Wave*. Hong Kong: Hong Kong University Press.
- Craig, T. (ed.) (2017). *Cool Japan: Case Studies from Japan's Cultural and Creative Industries*. Ashiya: BlueSky Publishing.
- Daliot-Bul, M. (2009). Japan Brand Strategy: The Taming of "Cool Japan" and the Challenges of Cultural Planning in a Postmodern Age. *Social Science Japan Journal*, 12(2), 247-266.
- Featherstone, M. (ed.) (1990). *Global Culture: Nationalism, Globalization and Modernity*. Londres: Sage Pub.
- Featherstone, M., Lash, S., Robertson, R. (eds.) (1995). *Global Modernities*. Londres: Sage Pub.
- Ferguson, J. (1999). *Expectations of Modernity: Myths and Meanings of Urban Life on the Zambian Copperbelt*. Berkeley: University of California Press.
- Ferguson, J. (2006). *Global Shadows: Africa in the Neoliberal World Order*. Durham: Duke University Press.
- Galbraith, P., Karlin, J. G. (2012). *Idols and Celebrity in Japanese Media Culture*. Nueva York: Palgrave Macmillan.
- García Canclini, N. (1996). *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.
- Guarné, B. (2017). *Antropología de Japón: Identidad, discurso y representación*. Barcelona: Bellaterra.
- Guarné, B., Hansen, P. (eds.) (2018). *Escaping Japan: Reflections on Estrangement and Exile in the Twenty-First Century*. Londres: Routledge.
- Hannerz, U. (1992). *Cultural Complexity: Studies in the Social Organization of Meaning*. Nueva York: Columbia University Press.
- Hannerz, U. (1996). *Transnational Connections: Culture, People, Places*. Nueva York: Routledge.

- Hernández-Pérez, M. (2017). *Manga, anime y videojuegos: Narrativa cross-media japonesa*. Zaragoza: Prensas de la Universidad de Zaragoza.
- Hills, M. (2016). Transnational Cult and/as Neoliberalism: The Liminal Economies of Anime Fansubbers. *Transnational Cinemas*, 8(1),1-15.
- Hinton, P. R. (2013). The Cultural Context and Social Representation: The Japanese Schoolgirl in British Popular Culture. *Journal of Intercultural Communication*, 31.
- Horno, A. (2014). Asimilación de la estética del anime en la animación occidental». En J. Rodríguez Terceño, A. Fernández Paradas (eds.) *Nuevas culturas y sus nuevas lecturas* (pp. 349-358). Madrid: McGraw-Hill Interamericana de España.
- Iwabuchi, K. (2002). *Recentering Globalization: Popular Culture and Japanese Transnationalism*. Durham: Duke University Press.
- Iwabuchi, K. (ed.) (2004). *Feeling Asian Modernities: Transnational Consumption of Japanese TV Drama*. Hong Kong: University of Hong Kong Press.
- Iwabuchi, K. (2010). Undoing International Fandom in the Age of Brand Nationalism. *Mechademia*, 5, 87-96.
- Iwabuchi, K. (2015). Pop-culture Diplomacy in Japan: Soft Power, Nation Branding and the Question of "International Cultural Exchange". *International Journal of Cultural Policy*, 21(4), 419-432.
- Iwabuchi, K., Thomas, M.; Muecke, S. (eds.) (2004). *Rogue Flows: Trans-Asian Cultural Traffic*. Hong Kong: University of Hong Kong Press.
- Jameson, F. (2002). *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Barcelona: Paidós.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Kang, H. (2015). Contemporary Cultural Diplomacy in South Korea: Explicit and Implicit Approaches- *International Journal of Cultural Policy*, 21(4). 433-447.
- Kim, J. (2007). Why Does Hallyu Matter? The Significance of the Korean Wave in South Korea. *Critical Studies in Television: The International Journal of Television Studies*, 2(2), 47-59.
- Kim, K. Y. (2011). *Virtual Hallyu: Korean Cinema of the Global Era*. Durham: Duke University Press.
- Kim, Y. (ed.) (2008). *Media Consumption and Everyday Life in Asia*. Nueva York: Routledge.
- Kim, Y. (ed.) (2013). *The Korean Wave: Korean Media Go Global*. Nueva York: Routledge.
- Kim, Y. (ed.) (2019). *South Korean Popular Culture and North Korea*. Nueva York: Routledge.
- Kinsella, S. (2014). *Schoolgirls, Money and Rebellion in Japan*. Londres: Routledge.
- Kuwahara, Y. (ed.) (2014). *The Korean Wave: Korean Popular Culture in Global Context*. Nueva York: Palgrave Macmillan.
- Lamarre, T. (2006). Otaku Movement. En T. Yoda y H. Harootunian (eds.) *Japan after Japan. Social and Cultural Life from the Recessionary 1990s to the Present* (pp. 358-394). Durham: Duke University Press.
- Lee, B. y LiPuma, E. (2002). Cultures of Circulation: The Imaginations of Modernity. *Public Culture*, 14(1), 191-213.
- Lee, S. y M. Nornes (eds.) (2015). *Hallyu 2.0: The Korean Wave in the Age of Social Media*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Lie, J. (2015). *K-Pop: Popular Music, Cultural Amnesia and Economic Innovation in South Korea*. Oakland: University of California Press.
- Lim, W. X., Ping, X.; Tseng, H. K. (eds.) (2016). *Globalization, consumption and popular culture in East Asia*. Nueva Jersey: World Scientific.
- Long, N. (1996). Globalization and Localization. New Challenges to Rural Research. En H. L. Moore (ed.) *The Future of Anthropological Knowledge* (pp. 37-59). Londres: Routledge.
- Loriguillo-López, A. (2016). ¿Cómo lo haría Haruhi? La construcción del media mix de Suzumiya Haruhi. En A. Lozano-Méndez (ed.) *El Japón contemporáneo: Una aproximación desde los estudios culturales* (pp. 171-192). Barcelona: Bellaterra.
- Loriguillo-López, A. (2018). *La narración compleja en el anime postclásico: La ambigüedad narrativa en la animación comercial japonesa*. Tesis doctoral. Castelló de la Plana: Universitat Jaume I.
- Marinescu, V. (ed.) (2014). *The Global Impact of South Korean Popular Culture: Hallyu Unbound*. Lanham: Lexington Books.

- Mathews, G. (2000). *Global Culture/Individual Identity: Searching for Home in the Cultural Supermarket*. Londres: Routledge.
- McLelland, M. (ed.) (2018). *The End of Cool Japan: Ethical, Legal, and Cultural Challenges to Japanese Popular Culture*. Londres: Routledge.
- Miller, L. (2017). Access and the Construction of Fan Identity: Industry Images of Anime Fandom. *Participations. Journal of Audience & Reception Studies*, 14(1), 49-66.
- Morisawa, T. (2019). Rethinking Anime in East Asia: Creative Labour in Transnational Production, Or, What Gets Lost in Translation. En B. Guarné, A. Lozano-Méndez, D. P. Martínez (eds.) *Persistently Postwar. Media and the Politics of Memory in Japan* (pp. 162-180). Londres: Berghahn.
- Napier, S. J. (2005). *Anime from Akira to Howl's Moving Castle: Experiencing Contemporary Japanese Animation*. Nueva York: Palgrave Macmillan.
- Nederveen Pieterse, J. (1995). Globalization as Hybridization. En M. Featherstone, S. Lash, R. Robertson (eds) *Global Modernities*. Londres: Sage Pub.
- Nederveen Pieterse, J. (2004). *Globalization and Culture: Global Mélange*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- Nye, J. (1990). *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*. Nueva York: Basic Books.
- Otmazgin, N., Lyan, I. (2013). Hallyu across the Desert: K-Pop Fandom in Israel and Palestine. *Cross-Currents: East Asian History and Culture Review E-Journal*, 9, 68-89.
- Pellitteri, M. (2018). Kawaii Aesthetics from Japan to Europe: Theory of the Japanese "Cute" and Transcultural Adoption of Its Styles in Italian and French Comics Production and Commodified Culture Goods. *Arts*, 7(24).
- Ritzer, G. (1993). *The McDonaldization of Society: An Investigation into the Changing Character of Contemporary Social Life*. Newbury Park: Pine Forge Press.
- Ritzer, G. (ed.) (2006). *McDonaldization: The Reader*. Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- Ritzer, G., Malone, E. L. (2000). Globalization Theory: Lessons from the Exportation of McDonaldization and the New Means of Consumption. *American Studies*, 41(2-3): 97-118.
- Robertson, R. (1992). *Globalization: Social Theory and Global Culture*. Thousand Oaks: Sage Pub.
- Robertson, R. (1995). Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity. En M. Featherstone, S. Lash, R. Robertson (eds.) *Global Modernities*. Londres: Sage Pub.
- Sabre, C. (2016). French Anime and Manga Fans in Japan: Pop Culture Tourism, Media Pilgrimage, Imaginary. *International Journal of Contents Tourism*, 1(1), 1-19.
- Shiraishi, S. S. (1997). Japan's Soft Power: Doraemon Goes Overseas. En P. J. Katzenstein, T. Shiraishi (eds.) *Network Power: Japan and Asia* (pp. 234-272). Ithaca: Cornell University Press.
- Steinberg, M. (2012). *Anime's Media Mix: Franchising Toys and Characters in Japan*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Steinberg, M. (2017). Media Mix Mobilization: Social Mobilization and Yo-Kai Watch. *Animation: An Interdisciplinary Journal*, 12(3), 244-258.
- Tezuka, Y. (2012). *Japanese Cinema Goes Global: Filmworkers' Journeys*. Hong Kong: Hong Kong University Press.
- Tobin, J. J. (ed.) (1992). *Re-made in Japan: Everyday Life and Consumer Taste in a Changing Society*. New Haven: Yale University Press.
- Tsing, A. (2000). The Global Situation. *Cultural Anthropology*, 15(3), 327-360.
- Tsutsui, W. M. (2011). Soft Power and the Globalization of Japanese Popular Culture. En C. Holroyd y K. Coates (eds.) *Japan in the Age of Globalization*. Londres: Routledge.
- Valaskivi, K. (2013). A Brand New Future? Cool Japan and the Social Imaginary of the Branded Nation. *Japan Forum*, 25:4, 485-504.
- Valaskivi, K., Sumiala, J. (2014). Circulating Social Imaginaries: Theoretical and Methodological Reflections. *European Journal of Cultural Studies*, 17(3), 229-243.
- Venet Gutiérrez, J. (2019). Las magical girls españolas. Intertextualidad nipona para dialogar sobre una España en crisis en *Magical Girl* (Carlos Vermut, 2014). En D. Almazán Tomás, E. Barlés Báguena (eds.) *Japón, España e Hispanoamérica: Identidades y relaciones culturales*

(pp. 301-331). Zaragoza: Prensas de la Universidad de Zaragoza.

Villa Gracia, A. D. (2019). Configuración narrativa en la franquicia "crossmedia" de *Berserk*. *Con A de animación*, 9, 132-143.

Watanabe, Y., McConnell, D. L. (2008). *Soft Power Superpowers: Cultural and National Assets of Japan and the United States*. Nueva York: M. E. Sharpe.

Wee, V. (2014). *Japanese Horror Films and Their American Remakes: Translating Fear, Adapting Culture*. Nueva York: Routledge.

Yoon, T., Yong Jin, D. (eds.) (2017). *The Korean Wave: Evolution, Fandom, and Transnationality*. Lanham: Lexington Books.

EL IMPACTO DEL AUDIOVISUAL JAPONÉS Y SURCOREANO EN ESPAÑA: CIRCULACIÓN, RECEPCIÓN E INFLUENCIA

Resumen

En los últimos años, las producciones audiovisuales japonesas y surcoreanas han pasado a formar parte del paisaje social español al ritmo que su circulación global convertía a Japón y Corea del Sur en auténticas superpotencias culturales. En la consideración de este tema, el artículo revisa críticamente las principales teorías aplicadas en el estudio de la globalización cultural, refutando las tesis que habían concebido su desarrollo en términos de occidentalización y cuestionando la utilidad de la ecuación global/local a partir del impacto de las culturas audiovisuales japonesa y surcoreana a escala planetaria. Desde esta perspectiva, se presentan las distintas contribuciones sobre la circulación, recepción e influencia de las producciones audiovisuales japonesas y surcoreanas en España que componen la sección Cuaderno de este monográfico y que abarcan temas como la animación comercial nipona en la televisión generalista de los noventa, las hiperactivas comunidades fans de la cultura audiovisual asociada a la *Hallyu* («ola coreana»), la ficción surcoreana ambientada en nuestro país disponible en Netflix, la recepción de las obras del realizador surcoreano Yeon Sang-ho y el papel del Festival de Sitges en la interpretación y reconocimiento del «Nuevo Cine Coreano» en España, así como los usos políticos de la imagen en la manipulación de los noticiarios de guerra japoneses durante la dictadura franquista. Finalmente, el artículo traza las líneas principales desgranadas por las cineastas Carla Simón y Celia Rico en la conversación recogida en la sección Diálogo, así como los puntos de vista expuestos en la sección (Des)encuentros por los responsables de los principales festivales de cine con presencia audiovisual asiática en España.

Palabras clave

Cultura popular japonesa; Cultura popular coreana; Cine japonés; Cine coreano; Circulación cultural; Recepción y consumo cultural.

Autor

Blai Guarné es profesor agregado (titular) de Antropología de Japón y coordinador del Programa de Estudios de Asia Oriental en la Universidad Autónoma de Barcelona, institución donde también es secretario del Centro de Estudios e Investigación sobre Asia Oriental (CERAO) e investigador principal del grupo de investigación GREGAL: Circulación Cultural Japón-Corea-Catalunya/España (SGR 2017 SGR 1596). Ha sido investigador postdoctoral en la Stanford University (Estados Unidos), investigador visitante en la Universidad de Tokio (Japón) e investigador invitado en el Museo Nacional de Etnología en Japón (Minpaku). Miembro de diversos comités científicos y organismos académicos, ha coordinado la sección de Media Studies de la EAJS (European Association for Japanese Studies) y dirige la colección Biblioteca de Estudios Japoneses CERAO-UAB en Ediciones Bellaterra. Entre sus publicaciones destacan los libros *Antropología de Japón: Identidad, discurso y representación*, Bellaterra, 2017; *Escapando*

THE IMPACT OF JAPANESE AND SOUTH KOREAN AUDIOVISUAL PRODUCTION ON SPAIN: CIRCULATION, RECEPTION AND INFLUENCE

Abstract

In recent years, Japanese and South Korean audiovisual productions have become part of the Spanish social landscape at the rate at which their global circulation was turning Japan and South Korea into veritable cultural superpowers. In considering this issue, this article critically reviews the main theories applied to the study of cultural globalization, refuting the theses that had conceived its development in terms of Westernization and questioning the usefulness of the global/local equation from the impact of Japanese and South Korean audiovisual cultures on a planetary scale. From this perspective, we present the different contributions on the circulation, reception and influence of Japanese and South Korean audiovisual productions in Spain that make up the Notebook section of this monograph and which cover topics such as Japanese commercial animation on generalist television in the 1990s, the hyperactive communities of fans of audiovisual culture associated with *Hallyu* ("Korean wave"), the South Korean fiction set in our country available on Netflix, the reception of the works of the South Korean director Yeon Sang-ho and the role of the Sitges Festival in the interpretation and recognition of the "New Korean Cinema" in Spain, as well as the political uses of the image in the manipulation of the Japanese war newsreels during the Franco dictatorship. Finally, we outline the main lines drawn by filmmakers Carla Simón and Celia Rico in the conversation gathered in the Dialogue section, as well as the points of view set out in the (Dis)agreements section by the directors of the main film festivals with an Asian audiovisual presence in Spain.

Key words

Japanese popular culture; Korean popular culture; Japanese cinema; Korean cinema; Cultural circulation; Reception; Cultural consumption.

Author

Blai Guarné is Associate Professor and Coordinator of the East Asian Studies Programme at the Universitat Autònoma de Barcelona (UAB), where he also serves as the Secretary of the CERAO (East Asian Studies & Research Centre) and leads the research group GREGAL: Cultural circulation Japan-Korea-Catalonia/Spain. He has been Visiting Fellow at the National Museum of Ethnology in Japan (Minpaku), Postdoctoral Scholar (in the Department of Anthropology at Stanford University), and Visiting Researcher at the University of Tokyo. Member of several scientific committees and institutions he convened the Media Studies Section of the EAJS (European Association for Japanese Studies), and he is the editor-in-chief and director of the book series Biblioteca de Estudios Japoneses (CERAO-UAB & Ed. Bellaterra). Among his publications: the books *Antropología de Japón: Identidad, discurso y representación*, Bellaterra, 2017; *Escaping Japan: Reflections on Estrangement and Exile in the Twenty-first Century*,

ping Japan: Reflections on Estrangement and Exile in the XXI-Century, Routledge, 2018 (con Paul Hansen) y *Persistently Postwar: Media and the Politics of Memory in Japan*, Berghahn Books, 2019 (con Artur Lozano-Méndez y D. P. Martínez). Contacto: Blai.Guarne@uab.cat.

Referencia de este artículo

Guarné, B. (2020). El impacto del audiovisual japonés y surcoreano en España: circulación, recepción e influencia. *L'Atalante. Revista de estudios cinematográficos*, 29, 7-22.

Routledge, 2018 (with Paul Hansen) and *Persistently Postwar: Media and the Politics of Memory in Japan*, Berghahn Books, 2019 (with Artur Lozano-Méndez and D. P. Martínez). Contact: Blai.Guarne@uab.cat.

Article reference

Guarné, B. (2020). The Impact of Japanese and South Korean Audiovisual Production on Spain: circulation, reception and influence. *L'Atalante. Revista de estudios cinematográficos*, 29, 7-22.

Edita / Published by



Licencia / License



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