

ROMERO LEO, J. (2023). *Neojaponismo. Reflexiones en torno al auge y consolidación de la cultura japonesa*. Zaragoza: Prensas de la Universidad de Zaragoza.

Desde finales del siglo XX, asistimos a una expansión global sin precedentes de la cultura popular japonesa. Fenómenos como el *manga*, el anime, los videojuegos, el *cosplay* o el diseño de personajes como Hello Kitty configuran un entramado estético que ha seducido a millones de personas fuera de Japón. La creciente atención académica que este fenómeno ha recibido ha derivado en el uso cada vez más extendido del término *nejaponismo*. Sin embargo, el investigador Jaime Romero Leo, que actualmente continúa su labor en la Universidad de Nagoya, advierte con rigor que este concepto adolece de una definición precisa y suele utilizarse de manera simplista, como un “nuevo japonismo” análogo al fascinamiento decimonónico por el arte nipón.

El objetivo principal del libro de Romero, una reelaboración de su tesis doctoral, es precisamente distanciarse de esta lectura continuista para proponer una comprensión filosófica del neojaponismo como fenómeno singular. A partir de una perspectiva estética y

multidisciplinaria, el autor pone en cuestión los paralelismos fáciles entre el japonismo decimonónico y el neojaponismo contemporáneo, argumentando que, si bien comparten una cierta “japonofilia”, sus fundamentos históricos, sociales y estéticos son radicalmente distintos.

El punto de partida metodológico de Romero consiste en delimitar el campo conceptual del neojaponismo como fenómeno estético que surge en el cruce de las culturas visuales globales, la diplomacia cultural del Estado japonés (*Cool Japan*) y las derivas del capitalismo afectivo y mediático. Esta perspectiva permite situar el fenómeno como una moda o tendencia pero también como una construcción cultural compleja que responde a contextos históricos específicos como la ocupación estadounidense tras la Segunda Guerra Mundial, la crisis económica de los años 90 o la consolidación del panorama económico globalizado.

En este marco, se narra una cuidadosa deconstrucción del

paralelismo entre el japonismo clásico y el neojaponismo. En lugar de aceptar la tesis de una simple continuidad histórica, Romero plantea que ambos fenómenos, aunque conectados por una mirada exotizante de lo japonés, responden a estructuras simbólicas y culturales muy diferentes. Mientras que el japonismo del siglo XIX se alimentaba del primitivismo estético y el orientalismo romántico europeo, el neojaponismo se inserta en un régimen de producción y consumo global que hace uso de lo japonés como marca de distinción cultural, estilo o “branding”. En consecuencia, el neojaponismo no aparece como una herencia directa del japonismo del siglo XIX, sino como un fenómeno estético-mediático atravesado por lo que Romero llama una *utopización renovada de lo japonés*. Esta utopía se construye desde una red de afectos, consumos e imaginarios que se articulan en torno a productos culturales como el manga, el anime o el videojuego en lugar de construirse desde la mirada del coleccionista impresionista fascinado por las lacas y grabados *ukiyo-e*. En esta línea, el ensayo critica con lucidez el uso acrítico del prefijo “neo”, que parecería indicar una mera reactivación de un fenómeno anterior. Según él, esta nomenclatura encierra un reduccionismo que impide ver las especificidades del

nuevo contexto. Estas consistirían en el cruce entre la cultura *otaku*, el marketing estatal, la economía de la atención y las estéticas *mukokuseki* o “sin nacionalidad” que dominan la industria cultural japonesa.

En la primera parte, por tanto, esta investigación sienta las bases para una interpretación filosófica que lo vincula con los procesos más amplios de desarticulación cultural en el panorama global, superando la mera historiografía del auge cultural japonés contemporáneo. En su lectura, el neojaponismo no representa un nuevo romanticismo oriental, sino una fase avanzada del nihilismo estético: la imagen sin referente, el estilo sin sentido, la cultura sin sujeto. Y en esta medida, el ensayo va a funcionar como una advertencia de que lo que parece seducción visual y estética japonesa *cool*, es en realidad un espejo de la transformación silenciosa de nuestras formas tradicionales de pensar, narrar y habitar el mundo. A través de sus reflexiones, se articula una genealogía filosófica del neojaponismo que busca transitar desde las clasificaciones culturales hacia la propuesta de una crítica a la *estetización del entretenimiento*, la hibridez de la identidad japonesa postmoderna y los procesos de mercantilización del “sabor japonés” global. Este esfuerzo por

delimitar teóricamente el neojaponismo lo sitúa, además, como una contribución filosófica significativa al campo de la estética intercultural. Esto se debe a que, aparte del análisis de objetos culturales (como personajes de anime o estéticas *kawaii*), también se indaga en la lógica que los organiza, los proyecta y los exporta globalmente.

En la segunda mitad del libro se abordan estas cuestiones apoyándose en teóricos fundamentales. Una de las mayores virtudes del libro es precisamente el horizonte de reflexión que aquí abre hacia lo que este proceso significa filosóficamente, yendo más allá de la descripción superficial de este fenómeno de la globalización estética de lo japonés. Aquí es posible observar que no todos los académicos celebran sin reservas la expansión del manga, el anime, el *cosplay* o el *kawaii* como expresiones culturales legítimas. Hay quienes realizan un diagnóstico negativo de estos fenómenos como el síntoma cultural de una época marcada por la pérdida de narrativas, la disolución del sentido y el agotamiento de la crítica.

Esta decadencia estructural es una de las claves filosóficas que ilumina el ensayo, aunque el autor podría haberlo subrayado de forma más explícita. Concretamente esta crítica sale a relucir a través del diálogo que el lector puede

tener con diversos pensadores japoneses contemporáneos. La selección de voces como Azuma Hiroki, Ōtsuka Eiji, Murakami Takashi y Okada Toshio no tiene un valor meramente informativo, puesto que son figuras que permiten desentrañar las contradicciones del neojaponismo desde su interior. Y aunque no todos adoptan una postura crítica, es posible profundizar en el neojaponismo como la estetización global de un vaciamiento simbólico, cuya lógica de consumismo ha dejado atrás el simbolismo y la narración para instalarse en el imperio del dato, el fragmento y la imagen.

El caso más claro es Azuma Hiroki, cuya obra *Otaku. Japan's Database Animals* se convierte en piedra angular de esta crítica. Azuma diagnostica el colapso de las grandes narrativas en la cultura japonesa contemporánea y su sustitución por un consumo atomizado de elementos estéticos sin profundidad. Los *otaku* habrían degenerado desde una posición creadora a una meramente consumista, desde la cual ya no buscan sentido, solo estímulos afectivos inmediatos que puedan recombinarse sin necesidad de comprender una totalidad. Esta *animalización* del sujeto, como la llama Azuma, implica una regresión cultural a lo kitsch o *kawaii*: el individuo ya no

piensa ni narra, solo selecciona, acumula y se satisface. Romero recoge esta idea que permite subrayar el carácter decadente del neojaponismo. Si el japonismo del siglo XIX se nutría de una utopía artística que invitaba a pensar lo otro, el neojaponismo se enraíza en una post-utopía en la que el consumo ha sustituido a la contemplación y la hiperestetización ha desplazado a la reflexión.

En este marco de crítica, Ōtsuka Eiji ofrece una lectura aún más radical. Al identificar la cultura *otaku* como una continuación del movimiento estudiantil Zenkyōtō de los años 60, que sirvió de refugio para idealistas y revolucionarios derrotados, Ōtsuka revela que el neojaponismo no es una cultura ingenua o lúdica, sino una forma de *melancolía política*. Los *otaku* heredan sin saberlo la impotencia de una generación derrotada, refugiándose en mundos de ficción que ya no aspiran a transformar la realidad, sino a evadirla. Esta genealogía sugiere que el neojaponismo es posmoderno y además *posthistórico*, en el sentido de que nos encontramos ante una cultura sin proyectos, sin teleología, sin voluntad de futuro. La expansión global de este modelo por medio de fenómenos como *Cool Japan* o la estetización de lo *kawaii* no hace más que replicar esta misma lógica de neutralización crítica en

Occidente, donde los imaginarios colectivos se reemplazan por identidades estéticas volátiles y despolitizadas.

También Murakami Takashi, aunque desde la práctica artística, contribuye a este análisis. Su teoría del *superflat* pone en escena la pérdida de profundidad simbólica y la planitud emocional de la cultura visual contemporánea. La mezcla de trauma (las bombas atómicas y la ocupación americana) y fetichismo (mascotas, personajes *kawaii*) que Murakami plasma en su obra no es inocente. Esta revela una sociedad que ha estetizado incluso su dolor, transformando la memoria en mercancía visual. En este sentido, la cultura neojaponista aparece como un intento de *gestionar el trauma mediante el simulacro*. Romero recoge esta intuición y la amplía: la fascinación occidental por estos productos no representa un acercamiento a la cultura japonesa. Esta se trataría de una forma de anestesia cultural global, en la que todos compartimos ya una estética de la banalidad y el olvido.

Incluso la figura más ambigua del grupo, Okada Toshio, que en apariencia celebra la creatividad *otaku* y su posición activa en su obra *Otaku yōshiki*, puede ser leída con distancia crítica. Aunque Okada defiende una lógica estética sofisticada en el consumo cultural,

valorando la técnica, el detalle y la tradición, su reconstruccionismo choca con la evidencia del vaciamiento simbólico que Azuma y Ōtsuka denuncian. Romero no niega la riqueza formal de estas producciones, pero insiste en que esa sofisticación técnica no se traduce en profundidad crítica ni en narrativas transformadoras. Y el lector puede llegar a la conclusión de que el *otaku* contemporáneo, como emblema del neojaponismo, es, en última instancia, un sujeto atrapado en una *estética del presente perpetuo*, donde no hay historia ni posibilidad de alteración simbólica del mundo.

Siguiendo esta línea, el libro plantea una última tesis potente. El neojaponismo no debe entenderse únicamente como la recepción occidental de productos culturales japoneses, sino como una forma en que Japón se reconfigura a sí mismo en función de esa mirada externa. El Japón que se exporta bajo la marca *Cool Japan* (término popularizado por autores como Douglas McGray) es, en gran medida, un Japón performativo, diseñado para el consumo estético del Otro. Esta dimensión performativa y reflexiva del neojaponismo lo convierte en un fenómeno particularmente fértil para la crítica filosófica de la cultura.

Desde este punto de vista, *Neojaponismo* se inserta en una tradición de pensamiento que combina la estética con la crítica cultural, recordando en ciertos momentos las aproximaciones de autores como Byung-Chul Han o Fredric Jameson, pero con una especificidad contextual que le confiere cierta originalidad. La tesis principal que vertebra el libro (que es la necesidad de abordar el neojaponismo desde sus rupturas con el japonismo y no desde sus continuidades) supone una intervención relevante en el debate actual sobre los estudios visuales, la cultura popular y la estética globalizada. Aunque se muestra que la fascinación contemporánea por Japón no puede comprenderse sin atender a las mediaciones históricas, económicas y afectivas que la producen (donde destacan la occidentalización del Japón de la era Meiji, la influencia norteamericana post-1945, el auge del consumismo cultural, la estetización de lo cotidiano y la mercantilización de la identidad), se busca configurar con todo ello un campo de análisis filosófico que excede las dicotomías tradicionales entre alta y baja cultura, arte y mercancía, local y global. Desde la estética y la teoría del arte, el autor logra mostrar cómo lo japonés opera hoy como un espejo pixelado, animado y *cute* de nuestras propias ansiedades culturales. A

través de este espejo fragmentado, se evidencia no solo el deseo de lo exótico, sino también la forma en que la cultura visual japonesa se ha entrelazado con los imaginarios del capitalismo tardío, revelando un mundo donde el simulacro, la nostalgia digital y el fetichismo del objeto cultural se imbrican en prácticas como el *cosplay*, el coleccionismo de figuras y la estetización del consumo.

Este ensayo constituye, por lo tanto, una obra importante dentro del panorama hispanohablante para quienes buscan comprender, desde una perspectiva filosófica e intercultural, el complejo fenómeno estético de la expansión contemporánea de la cultura japonesa. Su enfoque consigue alejarse de la nostalgia del japonismo romántico y de una celebración ingenua del pop japonés para ofrecer una aportación sólida al estudio de la estética global y de las dinámicas culturales transnacionales.

Aunque el libro no agota el debate sobre la fascinación neojaponista, sí plantea una base crítica sobre la que pueden desarrollarse futuras investigaciones. Algunos aspectos, como la apropiación institucional de ciertos elementos de la cultura *otaku* por parte del arte contemporáneo o las tensiones entre autenticidad y espectáculo en la circulación global de lo japonés, se presentan de manera sugerente, aunque

no siempre con la profundidad analítica que merecen. Pese a ello, el texto propone un punto de partida para continuar explorando las relaciones entre estética, globalización y cultura popular.

En este sentido, la investigación que aquí reseñamos ofrece herramientas para interpretar la influencia japonesa en el arte y la cultura actual, y también permite reflexionar sobre problemáticas contemporáneas más amplias como la crisis de originalidad en la producción cultural, la saturación de *remakes* y reversiones y el vaciamiento de sentido en la repetición estética. En un contexto donde lo nuevo parece siempre un eco de lo ya digerido, el libro invita a pensar cómo lo japonés, en sus múltiples capas y resignificaciones, se convierte en un campo de batalla simbólico donde se disputa el sentido mismo de la creación cultural en la era global.

*Marta Añorbe Mateos*

*(Universidad de Zaragoza)*