

El auge de la estética *Kawaii*: origen y consecuencias¹

Jaime Romero Leo
Universidad de Salamanca
jaimeromeroleo@gmail.com

Resumen

En este artículo se pretende dar una contextualización histórica del concepto *kawaii*, así como una revisión de todo el aparataje estético que en los últimos años se ha generado en torno al fenómeno. Reivindicado como revolución estética por los jóvenes japoneses en la década de 1970 frente al encorsetado sistema socio-político japonés, hoy, lo *kawaii* habría pasado a ser asumido y explotado por las campañas del denominado *Cool Japan*. La traducción del término al inglés (*cute*) o al español (“mono”), no alcanza a englobar las implicaciones de lo *kawaii*, un elemento sin el cual no puede llegar a comprenderse, de forma efectiva, la realidad contemporánea nipona. Es por ello que el siguiente artículo, a través de la reflexión histórico-estética del fenómeno, pretende sentar algunos de los fundamentos necesarios para su análisis crítico.

Palabras clave: *Kawaii*, Cultura popular, Estética Japonesa, *Cool Japan*.

Abstract

This article is expected to provide an historical contextualization of the *Kawaii* concept, as well as an overhaul of all the aesthetical apparatus that has been built upon it in the last few years. What in the 1970s was born as an aesthetical revolution by the Japanese youngsters against the straitjacketed social-political Japanese system, today the *Kawaii* has been both assumed and exploited by the so-called *Cool Japan* campaigns. The term's translation into English (*cute*) or Spanish (*mono*) does not reach to embrace all the implications of the *Kawaii*, since the contemporary Japanese reality cannot be understood without it. Therefore, the following article intends to lay some of the necessary foundations for its critical analysis through both an historical and aesthetical reflection of this phenomenon.

Keywords: *Kawaii*, Popular Culture, Japanese Aesthetics, *Cool Japan*.

1. El auge de lo *Kawaii* en el Japón contemporáneo

Cuando el escritor norteamericano, Peter Carey, tomó tierra en Tokio en junio del 2002, una de las primeras cosas que lo desconcertó la cantidad de imágenes de estética manga que le sobrevino: cajeros automáticos, carteles publicitarios, personajes digitalizados recorriendo las pantallas del aeropuerto, esculturas que le daban la bienvenida...²

1. Trabajo finalista, por unanimidad del jurado, del V Premio a la Investigación Revista *Kokoro*.

Aunque Carey no lo especificó, es fácil adivinar bajo qué estética del ámbito del *manga* se englobaban estos personajes. Adorables, de grandes ojos, voz dulce, cándidos y con unos rasgos caricaturizados de tal modo que expresasen calidez y ternura al que los mira. Estas criaturas pertenecían a lo que los japoneses denominan *kawaii*: personajes lindos, *cute*, “monos”, que bien pueden servir para informar al turista sobre el complejo entramado del metro de Tokio, para hacer de narradores en los documentales de historia, representar el espíritu de alguna ciudad turística o algún producto alimenticio.

Tal y como expuso el columnista Kazuyuki Obata en su artículo *¿Hasta qué punto es mono lo Kawaii?*, en el número que la revista *Nipponia* dedicó a la estética *kawaii*,³ hoy en día, en Japón, resulta más complicado explicar lo que no es *kawaii* que lo que lo es, ya que, aparentemente, todo se encuentra teñido por esta estética de objetos y personajes del *manganime* de apariencia edulcorada. En anuncios, series, pero sobre todo, comics, pueden observarse algunos ejemplos de personajes dibujados bajo esta estética, la cual, poco a poco, ha influido de manera radical en la idiosincrasia de los nipones:⁴

El éxito de lo *kawaii* cambió el concepto del diseño en este país por la época en que yo me estaba haciendo adulto. Ahora que tengo cuarenta y dos años y soy padre de un niño de tres, nuestra casa está llena de cositas monas para el pequeño: juguetes, ropa, vajilla, lápices y papel, todo está decorado con esas caritas dulces de los personajes del *anime* y del *manga*. Francamente, estoy algo cansado de todo eso. El problema es que en las tiendas japonesas prácticamente no hay otro tipo de cosas para los niños. Tendría que remover cielo y

tierra para encontrar objetos infantiles que no estén ilustrados con esos personajes edulcorados. E incluso, si encuentro algo que no sea de estilo *kawaii*, son los abuelos los que vienen con “una cosita mona para el pequeño”. Tampoco se puede rechazar un cachorrito mono de un amigo bienintencionado. Así que los padres no tenemos elección en este Japón obsesionado por lo *kawaii*; sólo podemos sonreír y aguantar. Soy un tipo de persona que no se siente cómoda con esas cosas monas exageradas por los medios de comunicación. No me malinterpreten. Yo tuve animalitos muy bonitos desde la infancia. Pero no quiero estar rodeado de ilustraciones de animalitos graciosos.⁵

A pesar de tal confluencia de imágenes *kawaii* en un Japón cada día más global, y de la aceptación que dicha estética tiene en el extranjero⁶, tal y como el artista Takashi Murakami narraba en 1995, a su vuelta de su estancia en Nueva York: “aún cuesta encontrar una definición que englobe todo aquello que condensa para los japoneses esta estética y que sirva a los Occidentales para su comprensión última”⁷. En este sentido, acudir a la evolución etimológica de la palabra ha sido una de las maneras en las que investigadores de esta estética han tratado de acotar el término. Así, pues, la palabra *kawaii* se encuentra compuesta por los ideogramas: 可愛い. El primero de ellos, 可, se lee *ka* y puede traducirse por “tolerable”, “posible” o “pasable”. El segundo, 愛, es el *kanji* de “amor” y su pronunciación es la de *ai*. Debido a la cacofonía que se produce al unir ambas sílabas, *ai*, se pronuncia como *wai*. El último símbolo es い, pronunciado como *i*, no corresponde al alfabeto de los *kanjis*, sino al silabario *hiragana*. Indica que nos encontramos ante un

adjetivo. Normalmente no tiene sentido traducir literalmente el significado de los ideogramas que componen una palabra en japonés ya que, la mayoría de las veces, su significado último trasciende la simple unión de los términos particulares pero, en este caso, su separación ayuda a comprender su creciente uso en la sociedad contemporánea. Lo *kawaii* denota un amor, una pasión, una euforia por algo o alguien, pero, en un país donde no es de buen gusto mostrar de manera explícita y en público los sentimientos⁸. De ese modo, expresar que algo es *kawaii* sería el modo de expresar, literalmente, un amor “pasable” o “tolerable”, esto es: permite expresar pasión por algo sin que la muestra de afecto choque con la convención social del buen gusto o la educación. Según lo expuesto, más allá de esa estética de lo adorable y cálido de la que emana, el concepto se ha ramificado llegando a todos los ámbitos de lo social. Todos lo usan y todos tratan de encontrar la manera de serlo o expresarlo, es decir, se busca la manera de adquirir lo *kawaii*, vestir *kawaii*, coleccionarlo...

Obata: En este país, si uno dice que algo es mono, todos estarán de acuerdo. Ishihara: Pues sí, la verdad es que *kawaii*es una palabra útil. Si uno dice que algo es hermoso, corre el riesgo de que otro no esté de acuerdo. Sin embargo, *kawaii* no tiene connotaciones estéticas que la gente discuta, incluso aunque no vean dónde está lo gracioso. Obata: Desde luego que sí, nadie contradice a otro respecto a los productos “monos”, que ciertamente se venden muy bien en esta época de prosperidad. Kanno: El bienestar económico ha posibilitado que casi todos los consumidores compren el mismo tipo de productos. La diferencia está

en el diseño, en hasta qué punto es encantador. Por eso, las empresas han lanzado aparatos eléctricos decorados, digamos, con flores, y coches diseñados para atraer a las mujeres.⁹

Hasta haber llegado a conformarse como tal la palabra y su significado, ésta fue variando a lo largo de la historia. Algunos investigadores, como Hioshi Nitto, han puesto el acento en uno de los testimonios escritos más antiguos que se conservan del origen del concepto. Esta palabra originaria es la de *Kawayushi*, compuesta por: *Kawa*: “cara”, *Hayu*: “rúbor” (*flushing*) y *Shi* (indica adjetivo), y la obra que la recoge es la de *Genji Monogatari* (“Cuentos de Genji”), del siglo XI, escrita por Murasaki Shikibu, considerada una de las joyas de la literatura clásica japonesa¹⁰. Como puede apreciarse, *Kawayushi* ya aludía a un tipo de sentimiento de pudor o vergüenza difícil de contener. En ese mismo siglo se cuenta con otra obra de referencia de la literatura nipona que ayudó a ampliar aún más el término: en *Makura no Soshi* (“El libro de la almohada”), datado en torno al siglo XI y redactado en forma de diario pseudo-ficticio por la escritora Sei Shônagon; en él, la autora plasmó el día a día en la corte, los sentimientos que la embriagaban, así como su atención a los grandes y pequeños detalles que la rodeaban. Allí habla Shônagon de otra de las concepciones que han de tenerse presente en esta evolución hacia el término *kawaii*: lo “adorable”, denominación con la que tituló el capítulo 56 de su obra¹¹. El escrito, a modo de lista sobre aquello que considera como tal, ayuda a tomar una perspectiva, históricamente hablando, de lo arraigado que el concepto ha estado desde entonces en el alma japonesa y, por tanto, de la dificultad de los occidentales para llegar a

desvelarlo completamente¹².

El concepto *Kawayushi* evolucionó, llegando a significar en el posterior período Edo (1600-186) algo semejante a “sentirse avergonzado” o “sentirse ruborizado debido a una punzada en la conciencia”¹³. Finalizando esta larga etapa, poco a poco, la expresión fue desprendiéndose de sus connotaciones de “pena” y “lástima” para mantener, únicamente, las de “afecto” y “amor”¹⁴. Tuvo que esperarse hasta la llegada del período Taisho (1912-1916) para encontrar la palabra *Kawayushi* en el diccionario de lengua japonesa. Tras la derrota de Japón en la Segunda Guerra Mundial¹⁵, el término varió a *Kawayui*. Aunque el significado continuó siendo el mismo, comenzaron a añadirse otros, como el de “vulnerable”, “amable”, “cariñoso” y “pequeño”¹⁶. Finalmente, fue en la década de 1970 donde el término adquirió su forma y significación actual, según el *Nihon Kokugo Daijiten* (diccionario japonés): (1) Lástima, patético. Parece miserable pero levanta simpatía. (2) Que no se puede descuidar. (3) Que tiene carácter dulce, adorable: en rostros y figuras de mujeres jóvenes y niños; como los niños, inocente, obediente y conmovedor. (4) Cosas o formas pequeñas. (5) Lastimoso (usado como desprecio leve)¹⁷.

2. Motivos y consecuencias de la “Revolución” *Kawaii*

Investigadores, como el caso de Sharon Kinsella, han aludido a que, a pesar de tenerse en cuenta la evolución etimológica, si verdaderamente quiere esclarecerse las peculiaridades del uso del término en la actualidad, debe centrarse la atención sobre todo en esta década de 1970. Ello se debe a que fue en esta etapa cuando el concepto comenzó a ex-

panдиться y a aflorar desde los distintos medios de expresión artística, como la ilustración, el manga y el *anime*, pero también desde el propio ámbito cotidiano a través de los gestos e incluso, la manera de escribir. En el artículo *Cuities in Japan*, Kinsella pone el ejemplo de un tipo de escritura intencionalmente infantilizada por los estudiantes de los institutos y las universidades a mediados de esta década. Su objetivo es el de demostrar cómo, si el concepto estético de lo *kawaii* llegó a su máximo desarrollo en 1970, conformando finalmente el sentido que se le da hoy, fue, precisamente, debido a la búsqueda, por parte de la población más joven, de nuevas formas de expresión y de reivindicación. Lo *kawaii* nació como una revolución. Una revolución por la infancia¹⁸. Una revolución de la que Japón se valdría, tan sólo unos años después, para revestirse de una estética propia con la que presentarse ante el mundo. Realizando el contorno de los ideogramas y del resto de los símbolos de los silabarios japoneses de modo más libre (curvado y con un trazo más fino), añadiendo, en ocasiones, pequeños dibujos en lugar de las palabras en cuestión (*emoji*)¹⁹ y recurriendo a términos en inglés, francés y alemán, los estudiantes de aquella época comenzaron a llevar a cabo un tipo de rebelión (*kawaii*) frente a la cultura tradicional japonesa y sus restricciones. Aparte del uso de emoticonos o del trazo de las letras, como si de niños pequeños aprendiendo a escribir se tratase, el uso de diminutivos y de palabras trastocadas con el fin de hacerlas más “monas” marcaron la tónica en este período. Entre algunas de las encuestas que por aquel entonces se les hizo a los estudiantes en cuestión, respecto a este modo de expresarse que ayudaría a definir el fenómeno *kawaii* tal y como hoy lo conocemos, se encuentran respuestas del tipo:

It's got a kind of cute feel.
 I think it's cute and it's my style.
 I think these letters are the cutest
 Cute! They are hard to read but
 they are so cute. I use them.²⁰

Para entender los motivos que desencadenaron este tipo de acciones debe comprenderse que el estrés, en una sociedad altamente competitiva como lo es la japonesa, comienza para los estudiantes ya desde el instituto, seguido, en los años sucesivos, de las pruebas de acceso a la Universidad. Entrar en un determinado instituto posibilita entrar en una determinada universidad, lo cual, a su vez, posibilita entrar en determinadas empresas. Tal y como está diseñado el sistema educativo japonés, los niños, desde una edad bastante temprana, son responsables de la posibilidad de un futuro más o menos prometedor²¹. Debido a este tipo de situaciones, al igual que en el medio escrito, poco a poco lo *kawaii* también empezó a manifestarse en otras formas de expresión, como la de los gestos y la expresión facial²². De manera paulatina, fue visto como *kawaii* (“amor-tolerable”) el hecho de que los jóvenes cercanos a la edad adulta, los que en un primer momento habían tratado de buscar formas de desvincularse de una sociedad estrictamente reglada como la japonesa, gesticularan o mantuviesen posturas o actitudes cercanas a las de los niños pequeños. Esto, que a los occidentales puede chocarles mucho, pero que a las nuevas generaciones cada vez les resulta menos extraño, hoy día en Japón es visto con naturalidad en prensa, radio, Internet o televisión. En la colección de anuncios que una famosa marca de dulces nipona lanzó en el año 2014, por ejemplo, puede verse a la *Idol* Kyary Pamyu Pamyu animando a un ama de casa e, incluso, a un distinguido jefe de

empresa, a imitar su baile de connotaciones *kawaii* (fig. 1). Una vez más, frente a esos valores tradicionales del Japón clásico, entre los que lo contemplativo, las normas de educación y la sobriedad destacaba, se contraponen este otro Japón en el que no resulta descabellado observar en un anuncio de televisión a un honorable hombre de mediana edad, trajeado y dentro de lo que consideraríamos la figura típica del *Salary-man*, imitar los “adorables” gestos de la protagonista del anuncio. Han sido esta clase de “excentricidades” las que el gobierno japonés ha incentivado en su intento por hacerse *cool*, extraño e interesante a ojos del turista occidental²³.



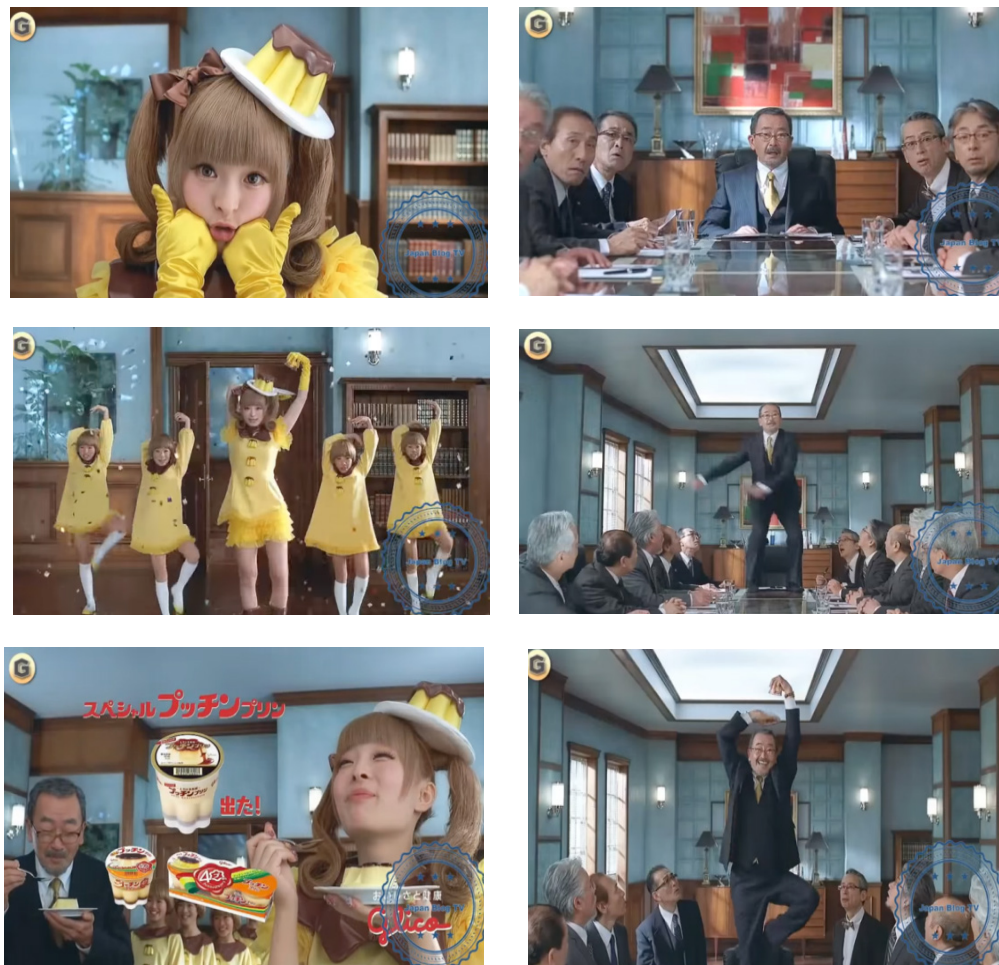


Figura 1: Comercial de la cantante *J-Pop*

Kyary Pamyu Pamyu, 2014.

Como ya se ha comentado aquí, más allá de las formas de expresión literarias o corporales, ha sido el manga y su estética desde donde lo *kawaii* ha encontrado espacios para que ese sustrato histórico que se ha descrito derivara en una potente categoría estética, representante hoy de todo un fenómeno como lo es el *Cool Japan*.

Su imbricación con el tebeo fue potenciada en la década 1970, etapa en la que el denominado estilo *shōjo* (dedicado a las niñas)²⁴ adquirió una gran popularidad. Lo *kawaii* encontró un soporte ideal en este estilo historietista desde el que se expresaría, fomentaría y, sobre todo, expandiría a lo largo de las décadas siguientes.

La conexión con el *shōjo-manga* y las sub-estéticas que lo pueblan: *moé*, *bishōnen*, *bishōjo*, etc., cuajaron perfectamente con los sentimientos de ternura y calidez que lo *kawaii* expresaba²⁵.

Observando dicho recorrido y ateniendo a cómo lo *kawaii* es “utilizado” hoy por el gobierno japonés y cómo es comercializado por el mercado nacional y extranjero, podría argumentarse, sencillamente, que la asunción del fenómeno y su exposición al público como “gancho” publicitario del movimiento *Cool Japan* no habría sido más que otro ejemplo de cómo la sociedad y su mercadotecnia asumen, sin complicaciones, las formas contraculturales que afloran en su seno. Esto es, el sistema “absorbe” y reutiliza los mismos materiales con los que se le combate. Sin embargo, la “rebelión” de aquellos jóvenes tuvo algunas peculiaridades que concretan el interés de su estudio. Tal y como explica S. Kinsella:

Cute fashion was, therefore, a kind of rebellion or refusal to cooperate with established social values and realities. It was a demure, indolent little rebellion rather than a conscious, aggressive and sexually provocative rebellion of the sort than has been typical of western youth cultures. Rather than acting sexually provocative to emphasize their maturity and independence, Japanese youth acted pre-sexual and vulnerable in order to emphasize their immaturity and inability to carry out social responsibilities²⁶.

Según la investigadora, en sus inicios, lo *kawaii* trató de ser una revolución “silenciosa”, “soterrada”, “indolente” e incluso “inconsciente”, es decir “natural”. Algo que comenzó como un mero gesto estilográfico

que, poco a poco, comenzó a derivarse al resto de los ámbitos cotidianos. Es éste uno de los motivos por los que algunos artistas del panorama contemporáneo nipón han dedicado parte de sus obras a reflexionar en torno a las peculiaridades, posibilidades y, en el caso de algunos, como el citado Takashi Murakami, las problemáticas que envuelven la reivindicación y presencia de lo *kawaii* en las campañas del movimiento *Cool Japan*²⁷. El análisis de estos artistas, entre los que destacarían Aya Takano, Chiho Aoshima, Yoshitomo Nara y Makoto Aida, entre otros, no es llevado a cabo de una forma meramente crítica. Esto se debe a que, ellos mismos, se consideran pertenecientes a ese fenómeno de lo *kawaii* del que, como declaraba el columnista Ishibara, es difícil escapar en el Japón contemporáneo. Se trataría entonces de reflexionar estéticamente sobre lo *kawaii* sumergiéndose dentro de ello, es decir, desde el propio fenómeno, para dar así cuenta de los posibles derroteros y derivaciones que el uso de esta “revolución” fallida puede tomar. De este modo, algunos como el caso de Mr., por ejemplo, se describen a sí mismo como *Otakus*, y su educación en el medio los convierten en exponente de un país en el que la realidad es la que es, independientemente de cómo les gustaría que hubiera podido o no podido ser. Según declara el artista, no concibe su existencia alejada de ese mundo de imágenes edulcoradas en el que ingresó desde joven; su arte sería reflejo de esa realidad, una realidad teñida de figuras adorables y monas, simbiotizadas a su vez, en su caso, de una cierta sexualización proveniente de la estética *lolicon*, de la que se considera deudor (fig. 2)²⁸.



Figura 2. El artista Mr. posando ante una de sus obras para la exposición “Sweet” de 2013.

Esta es uno de los ejemplos que permiten plantearse una de las cuestiones más inmediatas que pueden derivarse del fenómeno: ¿hasta qué edad puede un adulto seguir siendo un “niño”? La prolongación en el tiempo de una psicología tal implica, a menudo, que los deseos sexuales, por ejemplo, reprimidos por aquellos que tratan de mantenerse en esa etapa de “pre-sexualidad y vulnerabilidad”, descrita por Kinsella, afloran a través de la compra, venta y creación de tebeos o series en las que estos protagonistas *kawaii*, sufren de las peores perversiones inimaginables: violaciones, abusos o pederastia marcan la tónica de algunas producciones que, en numerosas ocasiones, toman el seno de ese mundo dulce y esponjoso de lo *kawai*²⁹. No es casualidad que lo siniestro (obviamente contextualizado en esta vertiente del arte contemporáneo japonés) sea una de las categorías presentes en los trabajos de estos artistas³⁰, trabajos a través de los cuales comienzan a reflexionarse las implicaciones y consecuencias de seguir

potenciando una estética como lo *kawaii*, ya no sólo de cara al mercado nacional, sino como estética referente de lo *cool* japonés, en el ámbito internacional³¹. La cuestión que se plantea entonces, previa a ese estadio de perversión que representaría la cara más desagradable de esta estética, es la de cómo se llega al punto de eclosión de una realidad infantilizada como lo es la de lo *kawaii*. Cómo llega a construirse ese contexto en el algunos artistas han desarrollado sus obras sus obras de modo “natural”³². Recordando las palabras de Kinsella, la revolución emergió de forma orgánica en el seno de una sociedad estrictamente reglada. Lo *kawaii* fue visto como un modo de huir del mundo adulto japonés, de sus valores y responsabilidades, pero no mediante una serie de manifestaciones o protestas organizadas y efervescentes, sino por desgaste, por extenuación. La contextualización histórica, así como la exposición de algunas de las diversas situaciones que lo hicieron evolucionar hasta definirse y alcanzar el

significado que hoy se le otorga en el mundo contemporáneo ha sido el objetivo de este artículo. A partir de él cabe plantearse cuáles serán las peculiaridades y las nuevas formas que lo *kawaii* irá tomando en los años sucesivos en los que, mediante eventos tan importantes como los Juegos Olímpicos de Tokio 2020, la proyección internacional de la cultura popular japonesa o las diversas estéticas que la pueblan se potenciarán aún más. Las reflexiones llevadas a cabo por algunos artistas del panorama contemporáneo japonés serán decisivas a este respecto.

Notas:

2. Cfr. CAREY, Peter, *Equívocado sobre Japón*, Barcelona, Mondadori, 2008, pp. 67-79.
3. OBATA, Kazukuyi, «¿Hasta qué punto es mono lo Kawaii? La educación infantil en un Japón obsesionado por lo kawaii», en: <http://web-japan.org/nipponia/nipponia40/es/index.html>.
4. Cfr. KA'ICHIRO, Morikawa, «How Moe transformed a neighborhood», citado en: W. GALBRAITH, Patrick (ed.), *The Moe Manifesto: An Insider's Look at the World of Manga Anime and Gaming*, Singapur, Tuttle, 2014, pp. 155-156.
5. OBATA, Kazukuyi, «¿Hasta qué punto es mono lo Kawaii? La educación infantil en un Japón obsesionado por lo kawaii», en: <http://web-japan.org/nipponia/nipponia40/es/index.html>.
6. Para un ejemplo de cómo la estética Kawaii comienza a desarrollarse en el mundo del arte Occidental véase: CHARUCA, Vargas (ed.), *I love Kawaii*, Barcelona, Monsa Ediciones, 2010, pp. 23-26.
7. TORIKAI, Shin-ichi, «Creatividad Kawaii», en: <http://web-japan.org/nipponia/nipponia40/es/index.html>.
8. Cfr. LANZACO SALAFRANCA, Federico, *La cultura japonesa reflejada en su lengua*, Madrid, Verbum, 2010, pp. 75-76; HIRAI, Makoto, «El silencio como medio de expresión en la comunicación y su influencia en la enseñanza», citado en: ALMAZÁN, David (ed.), *Japón: Arte, cultura y agua*, Zaragoza, Prensas Universitarias de Zaragoza, 2004, pp. 367-377; y TOMÁS AVELLANA, Laura, «Haragei o la importancia del silencio», en: <http://japonismo.com/blog/haragei-o-la-importancia-del-silencio>.
9. ISHIHARA, Soichiro, OBATA, Kazukuyi y KANNO, Kayoko (A modo de discusión), «Kawaii, ¿cuál es su significado profundo?», en: <http://web-japan.org/nipponia/nipponia40/es/index.html>.
10. NITTONO, Hiroshi, «A behavioral science framework of understanding Kawaii», citado en: *The Third International Workshop on Kansei*. Fukuoka, 2010, p. 81, en: https://ir.lib.hiroshima-u.ac.jp/files/public/29818/20141016172915203084/Nittono_Kansei2010.pdf.
11. Cfr. SHÔNAGON, Sei, *El libro de la almohada*, Madrid, Alianza Editorial, 2004, pp. 8-86.
12. Sobre la dificultad para desvelar conceptos o tradiciones profundamente arraigados en la cultura nipona ya habló Roland Barthes en la introducción a su obra *El imperio de los signos*. Cfr. BARTHES, Roland, *El imperio de los signos*, Barcelona, SeixBarral, 2007, pp. 3-5.
13. "Ashamed or to feel like blushing due to a twinge of conscience". NITTONO, Hiroshi, "A behavioral science framework of understanding

Kawaii”, en: <https://ir.lib.hiroshima-u.ac.jp/files/public/29818/20141016172915203084/Nitto-no-Kansei2010.pdf>.

14. La investigadora Alejandra Rodríguez Cunchillos ha realizado una introducción al fenómeno *kawaii* a través de una serie de artículos publicados en la revista *Ecos de Asia*. Cfr. RODRÍGUEZ CUNCHILLOS, Alejandra, «Introducción al fenómeno *kawaii*», en: <http://revistacultural.ecosdeasia.com/introduccion-al-fenomeno-kawaii-i/>.

15. Se trata éste de uno de los períodos claves en la reflexión en torno a lo *Kawaii* que los artistas japoneses contemporáneos están llevando a cabo mediante sus obras y textos teóricos. Respecto a ello, algunas obras significativas serían las del artista Takashi Murakami. Cfr. MURAKAMI, Takashi, *The Superflat Manifesto*, Tokio, Madra, 2000, pp. 5-15, y MURAKAMI, Takashi, *Little Boy: The arts of Japan’s exploding subculture*, Yale University Press, Yale Bilingual Edition, 2005, pp. 136-138.

16. Cfr. KINSELLA, Sharon, «*Cuties in Japan*», citado en: SKOV, Lise y Moeran, Brian (eds.). *Women media and consumption in Japan*. Honolulu, Universidad de Hawaii, 1995, p. 222.

17. RODRÍGUEZ CUNCHILLOS, Alejandra, «Introducción al fenómeno *kawaii*», en: <http://revistacultural.ecosdeasia.com/introduccion-al-fenomeno-kawaii-i/>.

18. VARTANIAN, Ivan, *Drop dead cute: the new generation of women artists in Japan*, San Francisco, Chronicle, 2005, pp. 7-18.

19. Para un análisis de cómo los emoticonos presentes en los teléfonos móviles de todo el mundo

tienen su origen en este tipo de representación japonesa, véase: RODRÍGUEZ, Luis, «*El verdadero significado de los emoji japoneses*», en: <http://japonismo.com/blog/significado-emoji-japoneses>.

20. KAZUMA, Yamane, *Hentai Shôjo Moji no Kenkyû* (Anomalous Female Teenage Handwriting), citado en: SKOV, Lise y MOERAN, Brian, *Women media and consumption in Japan*, Honolulu, Universidad de Hawaii, 1995, p. 222.

21. Cfr. KAZUMA, Yamane, *Hentai Shôjo Moji no Kenkyû* (Anomalous Female Teenage Handwriting), citado en: SKOV, Lise y MOERAN, Brian, *Women media and consumption in Japan*, Honolulu, Universidad de Hawaii, 1995, p. 238-242.

22. Debe matizarse que la eclosión de lo *kawaii* contemporáneo impregna a la sociedad del momento, siendo difícil establecer una historicidad que apunté en qué ámbito surgió antes el fenómeno y como esté influyó al siguiente, y así sucesivamente. Puede concluirse que un mismo sentimiento emergió desde diversos entornos y que todos ellos se influenciaron entre sí. Debido a que se ha decidido recurrir al texto de Kinsella para proponer un cierto mapa mental que ayude al lector a organizar los diversos motivos que promulgaron la eclosión de lo *kawaii* contemporáneo, se ha dado un lugar de relevancia al papel de la escritura.

23. Las campañas del denominado *CoolJapan* llevan recurriendo desde hace décadas a los productos de la cultura popular que mayor interés causan en el extranjero. El manga y el anime, así como las diversas estéticas que lo pueblan (entre la que lo *kawaii* posee un papel preponderante) serían dos de los protagonistas más evidentes del fenómeno *CoolJapan*. Cfr. MCGRAY, Douglas, «Japan’s Gross National Cool», en: http://aboutjapan.japansociety.org/japans_gross_

national_cool.

24. Cfr. MAZUR, Dan y ALEXANDER, Danner, Cómics. *Una historia global*, desde 1968 hasta hoy, Barcelona, Blume, 2014, pp. 68-78.

25. Para un análisis comparativo entre la obra de uno de los impulsores más importantes del *manga* contemporáneo, Osamu Tezuka, y su influencia en el desarrollo de la estética *Kawaii* y el resto de las sub-estéticas con las que se la relaciona, véase: MORIKAWA, Kaichiro, «Shuto no tanjo: moerutoshi Akihabara (Learning from Akihabara: the birth of a personapolis)», citado en: W. GALBRAITH, Patrick, *The Otaku Encyclopedia: A insider's guide to the subculture of Cool Japan*. USA, Kodansha, 2014, pp. 11-12.

26. KINSELLA, Sharon, «Cuties in Japan», citado en: SKOV, Lise y Moeran, Brian (eds.). *Women media and consumption in Japan*. Honolulu, Universidad de Hawaii, 1995, p. 243.

27. Cfr. T. B., «Japan's soft power. Squaring the cool», en: <http://www.economist.com/blogs/banyan/2014/06/japans-soft-power>.

28. Cfr. ZICARELLI, Guillaume, Live on: *Mr's Japanese Neo-pop* (Documental), en: <https://www.youtube.com/watch?v=Ujn7KTIKfJl>.

29. El intento por prolongar en el tiempo esa etapa correspondiente a la infancia y desde donde se derivarían parte de los traumas que se están tratando ha sido denominado por el psicólogo K. Okonogi "Moratoria Nigen". Cfr: OKONOJI, K., «Moratorium ningen no jidai (The Age of Moratorium people)», citado en: KINSELLA, Sharon, «Japanese Subculture in the 1990s: Otaku and the Amateur Manga Movement», *Journal of Japanese Studies*, vol. 24, 1998, p. 292.

30. Las imbricaciones entre la pintura y el cómic se alza como tema de debate tanto en el ámbito académico japonés como en los países de Occidente. Respecto al primero cabrían destacar el caso de investigadoras como B. Koyama-Richard. Del mismo modo, en España, análisis como el de Gascal y Mensuro permiten un acercamiento histórico-artístico del tema mientras otros como el de Domingo Hernández llevan a cabo sus discursos desde el ámbito de la reflexión estética. Ello evidencia un interés global y creciente por parte de los artistas y teóricos del arte con respecto al mundo de la viñeta. Cfr. KOYAMA-RICHARD, Brigitte, *Mil años de Manga*, Barcelona, Electa, 2008; HERNÁNDEZ SÁNCHEZ, D. «Denotando acontecimientos. Arte y destrucción en la novela gráfica», *Revista de Occidente*, vol. 429, 2017, y GASCA, L. y MENSURO, A. *La pintura en el cómic*. Madrid, Cátedra, 2014.

31. Las derivaciones de lo *Kawaii* como son el *Kimowaii* (lo *kawaii*-extraño) y el *Erokawa* (mezcla de lo erótico y adorable) son explotadas por algunos de los artistas citados a lo largo del artículo.

32. Cfr. TAMARI, Yusuke, Makoto Aida: *Cynic in the Playground*. (Documental), 2004.

Bibliografía

ALMAZÁN, David (ed.), *Japón: Arte, cultura y agua*, Zaragoza, Prensas Universitarias de Zaragoza, 2004.

BARTHES, Roland, *El imperio de los signos*, Barcelona, Seix Barral, 2007.

CAREY, Peter, *Equivocado sobre Japón*, Barcelona, Mondadori, 2008.

GASCA, L. y MENSURO, A. *La pintura en el cómic*, Madrid, Cátedra, 2014.

HERNÁNDEZ SÁNCHEZ, Domingo. «Denotando

- acontecimientos. *Arte y destrucción en la novela gráfica*», *Revista de Occidente*, vol. 429, 2017.
- ISHIHARA, Soichiro, OBATA, Kazukuyi y KANNO, Kayoko (A modo de discusión) «*Kawaii, ¿cuál es su significado profundo?*», en: <http://web-japan.org/nipponia/nipponia40/es/index.html>.
- KINSELLA, Sharon, «*Japanese Subculture in the 1990s: Otaku and the Amateur Manga Movement*», *Journal of Japanese Studies*, vol. 24, 1998.
- KOYAMA-RICHARD, Brigitte, *Mil años de Manga*, Barcelona, Electa, 2008.
- LANZACO SALAFRANCA, Federico, *La cultura japonesa reflejada en su lengua*, Madrid, Verbum, 2010.
- MAZUR, Dan y ALEXANDER, Danner, *Cómics. Una historia global, desde 1968 hasta hoy*, Barcelona, Blume, 2014.
- MCGRAY, Douglas, «*Japan's GrossNationalCool*», en: http://aboutjapan.japansociety.org/japans_gross_national_cool.
- MURAKAMI, Takashi, *The Superflat Manifesto*, Tokio, Madra, 2000.
- MURAKAMI, Takashi, *Little Boy: The arts of Japan's exploding subculture*, Yale University Press, Yale Bilingual Edition, 2005.
- NITTONO, Hiroshi, «*A behavioral science framework of understanding Kawaii*», en: https://ir.lib.hiroshima-u.ac.jp/files/public/29818/20141016172915203084/Nittono_Kansei2010.pdf.
- OBATA, Kazukuyi, «*¿Hasta qué punto es mono lo Kawaii? La educación infantil en un Japón obsesionado por lo kawaii?*», en: <http://web-japan.org/nipponia/nipponia40/es/index.html>.
- RODRÍGUEZ CUNCHILLOS, Alejandra, «*Introducción al fenómeno kawaii*», en: <http://revistacultural.ecosdeasia.com/introduccion-al-fenomeno-kawaii-i/>
- RODRÍGUEZ, Luis, «*El verdadero significado de los emoji japoneses*», en: <http://japonismo.com/blog/significado-emoji-japoneses>.
- SKOV, Lise y MOERAN, Brian, *Women media and consumption in Japan*, Honolulu, Universidad de Hawaii, 1995.
- SHÔNAGON, Sei, *El libro de la almohada*, Madrid, Alianza Editorial, 2004.
- TAMARI, Yusuke, Makoto Aida, *Cynic in the Playpyground*, (Documental), 2004.
- TOMÁS AVELLANA, Laura, «*Haragei o la importancia del silencio*», en: <http://japonismo.com/blog/haragei-o-la-importancia-del-silencio>.
- T. B., «*Japan's soft power. Squaring the cool*», en: <http://www.economist.com/blogs/banyan/2014/06/japans-soft-power>.
- TORIKAI, Shin-ichi, «*Creatividad Kawaii*», en: <http://web-japan.org/nipponia/nipponia40/es/index.html>.
- VARTANIAN, Ivan, *Drop dead cute: the new generation of women artists in Japan*, San Francisco, Chronicle, 2005.
- ZICARELLI, Guillaume, *Live on: Mr's Japanese Neo-pop* (Documental), 2015.
- W. GALBRAITH, Patrick (ed.), *The Moe Manifesto: An Insider's Look at the World of Manga Anime and Gaming*, Singapore, Tuttle, 2014.
- W. GALBRAITH, Patrick, *The Otaku Encyclopedia: A insider's guide to the subculture of Cool Japan*, USA, Kodansha, 2014.

