

# INTER ASIA PAPERS

ISSN 2013-1747

nº 10 / 2009

## LLEGADA Y CONSUMO DE CINES ASIÁTICOS EN OCCIDENTE

**Jordi Codó Martínez**  
Universitat Ramon Llull

**Instituto de Estudios Internacionales e Interculturales**  
**Grupo de Investigación Inter Asia**  
**Universitat Autònoma de Barcelona**

## INTER ASIA PAPERS

---

© **Inter Asia Papers** es una publicación conjunta del Instituto de Estudios Internacionales e Interculturales y el Grupo de Investigación Inter Asia de la Universitat Autònoma de Barcelona.

### Contacto editorial

Instituto de Estudios Internacionales e Interculturales  
Grupo de Investigación Inter Asia

Edifici E1  
Universitat Autònoma de Barcelona  
08193 Bellaterra (Cerdanyola del Vallès) Barcelona  
España

Tel: + 34 - 93 581 2111  
Fax: + 34 - 93 581 3266

E-mail: [gr.interasia@uab.cat](mailto:gr.interasia@uab.cat)  
Página web: <http://www.uab.cat/grup-recerca/interasia>  
© Grupo de Investigación Inter Asia

### Edita

Instituto de Estudios Internacionales e Interculturales  
Bellaterra (Cerdanyola del Vallès) Barcelona 2009  
Universitat Autònoma de Barcelona

ISSN 2013-1739 (versión impresa)  
Depósito Legal: B-50443-2008 (versión impresa)

ISSN 2013-1747 (versión en línea)  
Depósito Legal: B-50442-2008 (versión en línea)

# Llegada y consumo de cines asiáticos en Occidente

**Jordi Codó Martínez**  
Universitat Ramon Llull

## Resumen

Este artículo pretende identificar y analizar los ámbitos en los que se ha desarrollado, en Occidente, un creciente interés por las cinematografías asiáticas (especialmente las de Asia Oriental) en los últimos años, así como las causas que lo explican. En esta exploración se tocarán cuestiones como el papel de los festivales internacionales de cine, la emergencia de nuevos públicos, la globalización del mercado y la incidencia de los medios de comunicación. El resultado final quiere ser un sugerente esquema de relaciones antes que un examen definitivo, pues el «fenómeno del cine asiático» va a requerir muchos más estudios en un futuro próximo por tratarse, quizás, del más importante acontecimiento cinematográfico contemporáneo.

## Palabras clave

Asia, cine, consumo.

---

## Abstract

This article aims to identify and analyze the areas in which it has been developed, in the West, a growing interest in Asian cinemas (especially the ones of East Asia) in recent years, as well as the causes that explain it. This exploration will touch issues such as the role of international film festivals, the emergence of new audiences, the globalization of markets and the impact of the media. The final result wants to be a suggestive outline of relations rather than a definitive examination, for the «phenomenon of Asian cinema» will require many more studies in a near future, because it is perhaps the most important event in contemporary cinema.

## Key words

Asia, cinema, consumption.

## LLEGADA Y CONSUMO DE CINES ASIÁTICOS EN OCCIDENTE

Jordi Codó Martínez  
Universitat Ramon Llull

Hace ya algún tiempo que desde Occidente se admiran los *nuevos* «cines orientales», hasta el punto de provocar una cierta fiebre entre el público y la crítica. En los últimos años, “una sorprendente diversidad de producciones asiáticas” se han ido abriendo camino en “mercados hasta hace poco impenetrables” (Miranda, 2006: 63). Como consecuencia de esto, “el espectador actual se ha abierto felizmente a nuevas experiencias cinematográficas que, siquiera al socaire de los éxitos de esas –hasta hace poco irremisiblemente exóticas– cinematografías en los grandes festivales internacionales, nuestras pantallas comienzan a brindarle con asiduidad” (Elena, 1999: 9), y ahora hablar de cine asiático ya no es exótico ni sorprendente.

Las dimensiones del fenómeno, aunque moderadas, no son despreciables, sobre todo porque afecta a los diversos ámbitos de la industria del cine, y lo hace de manera que éstos se retroalimentan. Lo vemos en que, de la misma forma que muchas de estas producciones asiáticas “consiguen ver prolongada su vida comercial en las pantallas de medio mundo *después* de su paso por los festivales” (Miranda, 2006: 63), el sensacional funcionamiento en salas y cine doméstico de estas cinematografías en Occidente lleva a los festivales a programar más, cosa que anima las ventas en los mercados y, por lo tanto, la distribución.

¿Se trata de una tendencia pasajera? ¿Cuáles han sido (y son) las causas de este repentino y extenso interés por los discursos y propuestas de cines tan lejanos, de los que, en muchos casos, no habíamos tenido hasta ahora ninguna referencia? Exponer el 'cómo' y el 'por qué' es el objetivo de este artículo. Empecemos por identificar los focos principales del nacimiento y crecimiento del fenómeno.

## Momentos y ámbitos de un renovado interés

### China e Irán, los primeros en desembarcar

Tenemos que retroceder hasta los años ochenta para ver las primeras (modernas) películas originarias de Oriente llamar la atención de la crítica occidental. Durante los últimos años de esta década y los primeros de la siguiente, dos directores chinos, Chen Kaige y Zhang Yimou, acaparan la mayoría de grandes premios de los principales festivales de cine internacionales. Chen vencerá dos veces en Cannes (1988, 1993<sup>1</sup>), mientras Zhang obtiene el éxito primero en Berlín (1988<sup>2</sup>) y después en Venecia (León de Plata en 1991, León de Oro en 1992<sup>3</sup>). A partir de entonces, ambos directores adquieren una notable popularidad que les supone que cada nueva película suya sea invitada a participar en los festivales donde, además, son presentadas como acontecimientos importantes. Aparte de premiar los filmes, “[l]os grandes festivales, tan favorables y permeables a las cinematografías emergentes y deprimidas, [...] avalaron su *star system* [...], y ofrecieron sus infraestructuras para que las películas se exhibieran, se vendieran y difundieran” (Kan, 2001: 106). Este hecho no abrió las puertas inmediatamente al resto del cine producido en China o en otros países vecinos de ésta –durante unos años Chen Kaige y Zhang Yimou seguirán siendo los únicos nombres asiáticos familiares para los cinéfilos–, pero es evidente que supuso un punto de partida para la posterior profundización en ésta y otras cinematografías, por lo que podríamos llamar un «efecto de contagio».<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Por *The King of Children* (Hai zi wang, 1987) y *Farewell My Concubine* (Ba wang bie ji, 1993), respectivamente.

<sup>2</sup> Por *Red Sorghum* (Hong gao liang, 1987).

<sup>3</sup> Por *Raise the Red Lantern* (Da hong deng long gao gao gua, 1991) y *The Story of Qiu Ju* (Qiu Ju da guan si, 1992), respectivamente.

<sup>4</sup> Empezando por las *otras Chinas*, Taiwán (representada por Hou Hsiao-hsien, Edward Yang o Tsai Ming-liang) y Hong Kong (vista de diferentes maneras a través de los ojos de Wong Kar-wai o de Johnnie To); después llegan Corea del Sur (con Im Kwon-taek como estandarte de la tradición y Kim Ki-duk de la modernidad, a quienes ahora debemos añadir a Park Chan-wook y Bong Joon-ho), Tailandia (de los *difíciles* Apichatpong Weerasethakul y Pen-ek Ratanaruang, o los más *accesibles* Pang Brothers), el *nuevo* Japón

Las películas chinas no vinieron solas. El cine iraní también empieza a interesar al principio de los noventa, gracias sobre todo a la figura del cineasta Abbas Kiarostami. A partir de aquí “se creó una corriente de fascinación por los cines iraní y chino [...] que no se quedó en los premios [...] sino que se tradujo después en el estreno más o menos regular de películas que una década antes no hubieran podido aspirar a verse en las salas de arte y ensayo de las metrópolis occidentales” (Weinrichter, 2002: 7).

### **Festivales: puerta de entrada (de un cierto cine)**

Nos dice Antonio Weinrichter que “[l]a década de los 90 ha sido la del cine oriental, si nos atenemos al criterio de juzgar el palmarés de los grandes festivales internacionales” (2002: 7). Lo acabamos de ver. Como también el papel que estos festivales de cine jugaron a la hora de extender la carrera de filmes y cineastas más allá del propio certamen, llamando la atención de cinéfilos, público en general y, con éstos, distribuidores, gracias a su capacidad para generar tendencias, y la versión más frívola de éstas, las modas. Por eso, “[i]n a market increasingly controlled by multinational conglomerates”, en que una producción local es difícil de mantener, “[i]ndependent and national cinemas try to survive [...] by producing films for the international film festival circuits” (Yoshimoto, 2006: 255).

Pero los cines asiáticos no sólo han sido los beneficiarios de estos festivales, sino que, en algunos casos, han podido ser los valedores. Por ejemplo, hay quien apuntó entre las claves del renovado éxito del veterano festival de Edimburgo, “sobre todo, un aluvión, con sus más y sus menos, de cine oriental” (Polite, 2001). Y lo mismo se podría decir de otros certámenes como los de Rotterdam o Sitges. Esto es importante, porque constata que el público (que llena las salas donde se proyectan estas cintas) también tiene mucho a opinar a la hora de

---

(Kitano Takeshi, Miike Takashi), o incluso India (sin nombres destacados, pero con el *exótico* musical de Bollywood como estandarte). Actualmente esperan su turno Filipinas o Malasia.

establecer el gusto cinematográfico del momento, en paralelo a la incidencia que puedan tener los críticos de cine y otros agentes culturales (o institucionales).

Los grandes festivales, Venecia, Cannes o Berlín, han sido escenario de esta *colaboración*. Venecia ya fue la ciudad desde donde se dio a conocer al mundo (occidental) las virtudes (e incluso la existencia) del cine japonés a principios de los años cincuenta. Y según Tomás Fernández Valentí y Antonio José Navarro, “Venecia sería, una vez más, el lugar del redescubrimiento de Oriente en términos cinematográficos, gracias al León de Plata otorgado a la película china *La linterna roja*” (2003: 54). También le podemos atribuir al concurso italiano el lanzamiento de la carrera internacional del japonés Kitano Takeshi, a raíz del premio que concede a su *Hana-bi* en el año 1997. Desde aquella edición, los premios concedidos a títulos asiáticos (no digamos ya su presencia) casi se cuentan por años: China, Irán, India, Japón o Corea del Sur, han obtenido su ración.

Con respecto a Cannes, el más glamuroso y, por lo tanto, el más mediático e influyente de todos los festivales, conviene destacar la “apuesta muy fuerte y de gran amplitud por las cinematografías orientales” (Herederó, 2000: 21) llevada a cabo en el año 2000. Hasta nueve películas concursaron en aquella edición, cuatro de las cuales recibieron algún premio. En aquel momento, algunos comentarios periodísticos daban a entender que se trataba poco menos que de un capricho del veterano director del festival, Gilles Jacob. Pero en general la crítica aplaudió la decisión. Carlos F. Herederó dijo que el «cine oriental» era “[u]na cantera que se demostró rica y vivísima, capaz de ofrecer propuestas creativas de poderosa originalidad y algunos de los trabajos más audaces del certamen” (2000: 21). La continuidad de las proyecciones, a pesar de algunos altibajos, en años sucesivos han desvanecido la sospecha de frivolidad, revelando que la iniciativa no era sino una necesidad para la organización si quería adaptarse a los tiempos y “abrirse a todas las sensibilidades creativas del momento” (Herederó, 2006: 28).

No querría dejar de hacer mención al papel jugado también por la Berlinale, que, a pesar de tener menor repercusión, no deja de ser un festival importante que también ha apostado por los cines orientales (hemos visto cómo fue de los primeros en reconocer las virtudes del cine chino reciente). El momento más sonado de esta relación fue el de la entrega del Oso de Oro (máximo galardón) al film japonés de animación *Spirited Away* (*Sen to Chihiro no kamikakushi*, 2001, Miyazaki Hayao) (*exaequo* con *Bloody Sunday* –2002, Paul Greengrass–). Los dibujos animados japoneses hacía tiempo que se ganaban el reconocimiento de la crítica (cosa difícil para un tipo de cine habitualmente considerado «para niños»), pero el nivel al que este éxito situaba el popular *anime* ha posibilitado que la presencia de estas películas (ya sean japonesas o no) en otros festivales se vea ahora con más naturalidad.

### ***La situación en España***

Los festivales españoles, como los del resto de Europa, han incrementado en los últimos años la programación de películas de Asia, y les han dado notoriedad al concederles premios. La pauta la marcan dos certámenes afincados en Cataluña, uno especializado, el BAFF, y otro más generalista, el de Sitges (o Festival Internacional de Cinema de Catalunya).

El BAFF nació en el año 1999 como Muestra de Cine Asiático dentro de la programación de CineAmbigú, un festival que proyecta filmes sin distribución en España. El creciente éxito de la Muestra hizo que en su quinta edición se hiciera autónoma y se convirtiera definitivamente en el BAFF, ya con categoría de festival. Desde entonces no ha parado de crecer, y en las tres pasadas ediciones (las número nueve, diez y once) ha atraído alrededor de 20.000 espectadores.

La historia de la relación de Sitges con los cines orientales en los últimos años presenta algunas reveladoras semejanzas con el anterior. En el año 1999, la cinta de terror *Ringu* (1998, Nakata Hideo) gana el primer premio de una edición donde, para algunos, “la oferta oriental era exagerada” (Pons, 1999). A pesar del poco interés despertado entre la crítica especializada,

en 2001 se da un salto cualitativo y cuantitativo, coincidiendo con el cambio en la dirección del acontecimiento<sup>5</sup>. Se crea la sección Orient Express, dedicada especialmente a la exhibición de producciones asiáticas, a la vez que se incrementa el número de títulos en el resto de secciones, sobre todo en la sección competitiva oficial de cine fantástico, donde el número de premios recibidos por estos filmes será abundante (destacando el de mejor película para la coreana *Old Boy* en el 2004). No es ningún secreto que Orient Express representa, ahora mismo, uno de los principales reclamos de un festival que ha ganado notoriedad en los últimos tiempos, cosa que confirma lo dicho al inicio de este punto.

Sitges ha sido clave también en otro sentido. Si los grandes festivales se decantan por la exhibición de películas de autor, pensando en los públicos más selectos, en la competición de la ciudad catalana se ofrecen un buen número de propuestas no tan intelectualizadas para audiencias con menos prejuicios, gracias a las cuales *los otros* cines asiáticos han podido tener cabida en Occidente. Estos *otros* cines son los conocidos como *de género*.

### **Los filmes *de género* como reclamo (y complemento)**

La carta del género es jugada con asiduidad por los cines de Asia con el fin de ampliar la gama de públicos. Es en el aficionado común donde se encuentra el origen del interés y el éxito del cine *de género* proveniente de los países asiáticos. Las cintas de terror, los *thrillers* policíacos y las aventuras con artes marciales, empiezan su singladura en el Oeste en festivales especializados y como fenómeno de culto, hasta que, poco a poco, empiezan a salir “de sus reducidos círculos de exhibición y/o divulgación” (Fernández Valentí; Navarro, 2003: 54) para darse a conocer a un público más amplio y heterogéneo.

Literalmente, algunas de estas películas vienen a ocupar el espacio que en origen fue para el cine de serie B

---

<sup>5</sup> La llegada de Ángel Sala (uno de los pocos críticos que ya pregonaban la pujanza de los cines fantásticos de Oriente) como director, y Jordi Sánchez-Navarro como subdirector.

estadounidense. Según Bordwell, “[t]he tough urban action films”, sobre todo de Hong Kong, “echo the glories of B noir” (2000: 92)<sup>6</sup>.

Dos acontecimientos cinematográficos muy diferentes, a finales de los años noventa, marcan el nuevo posicionamiento ante la fértil industria del terror asiático. “En primer lugar la polémica producida por *Audition* [1999, Miike Takashi] [...] que le llevó a ser estrenada en muchos países occidentales con cierto éxito [...]. Después el impacto de *The Ring* [...] todo un fenómeno comercial en su país y muy asumible en Occidente al tratarse de una peculiar pero canónica película de venganza de ultratumba” (Sala, 2003a). Después vendrán (en cine o directamente en formato doméstico) toda una serie de títulos japoneses (la saga *Ju-on* de Shimizu Takashi, *Ringu 2* (1999, Nakata Hideo), etc.) que alisarán el camino (entiéndase la mente de los espectadores) para otras películas originarias de Corea del Sur, Tailandia o China.

El *thriller* es quizás el que ha tenido menos difusión, seguramente porque sus –en muchas ocasiones– elevadas dosis de violencia le han limitado el público. Acostumbran a tratar sobre clanes mafiosos, y son especialmente valoradas las realizaciones hongkonesas y surcoreanas. La ex colonia británica también destaca dentro del género de las artes marciales gracias a una tradición que se remonta a los años setenta del siglo pasado, aunque hoy en día ha adquirido un mayor peso la China continental, gracias a filmes como *Crouching Tiger, Hidden Dragon* (*Wo hu cang long*, 2000). El estreno de esta película fue interpretado por muchos como una dignificación y una popularización de este tipo de películas. Aunque la primera idea es discutible –por estar ligada a elitistas conceptos sobre *alta* y *baja* cultura–, la segunda es

<sup>6</sup> Es interesante indicar que si bien es cierto que a menudo estos filmes son consumidos de forma festiva y burlona, esto no siempre es así, y que “[r]ather than reveling in the irony that postmodernists claim is our universal fate, many admirers of exploitation films, trash movies, sick and twisted films, midnight movies, cult movies, and all the rest find there a naive, non-conformist honesty missing from the mass-marketed product” (Bordwell, 2000: 92)

incuestionable. El film del taiwanés (afincado en los Estados Unidos) Lee Ang llegó a verse en más de 2.000 salas de los EE.UU. y a recaudar 128 millones de dólares<sup>7</sup>, además de ser nominado a diez premios Oscar, entre ellos el de mejor película.<sup>8</sup> “El éxito de *Tigre y dragón* [provocó] una nueva furia que ha invadido tanto Oriente [...] como Occidente, con la producción de films de temática oriental o la influencia de la estética de estos films en películas ajenas a su propio género como *Blade* o *Matrix*” (Sala, 2003c).

Rápidamente los productores chinos vieron el filón, y a *Crouching Tiger...* la han seguido *Hero* (*Ying xoing*, 2002), *The House of Flying Daggers* (*Shi mian mai fu*, 2004), *The Promise* (*Wu ji*, 2005) y *The Curse of the Golden Flower* (*Man cheng jin dai huang jin jia*, 2006), dirigidas por... Zhang Yimou (las dos primeras y la última) y Chen Kaige (la tercera), que se han pasado a la realización de filmes-espectáculo de gran presupuesto ahora que los festivales europeos también los incluyen en sus selecciones. Y éste es un hecho que convendría destacar. No sólo las luchas de espadas, sino también los fantasmas y los gánsteres del cine *de género* procedente de Asia tienen ahora cabida en escenarios tan selectos como los ya mencionados de Cannes y Venecia.<sup>9</sup> Eso se debe, por una parte, a la necesidad de renovarse de estos certámenes que he mencionado antes; y por otra, al intrínseco *exotismo* de estas obras, que condiciona su percepción. “Protegido por su origen «exótico», el cineasta asiático puede adherirse a la dinámica serial del cine de géneros y, al mismo tiempo, reafirmar su originalidad como «autor» ante los guardianes de la cultura fílmica internacional” (Miranda, 2006: 63).

<sup>7</sup> La cifra más alta nunca alcanzada por una película de habla no inglesa en aquel momento.

<sup>8</sup> Datos extraídos de Internet Movie Data Base (‘www.imdb.com’) [consultado: 18 de agosto de 2007]

<sup>9</sup> La edición de 2004 de Cannes “marcó un antes y un después en la presencia de cierto cine de Extremo Oriente [...]. Junto a grandes nombres [...] coincidieron realizadores normalmente destinados a certámenes especializados en cine de género” (Iglesias, 2005: 136), como Park Chan-wook, Johnnie To, Oshii Mamoru...

Atención, pues, al hecho de que los cines asiáticos (lo hemos visto también con el caso del *anime*) están contribuyendo decisivamente a cambiar tendencias en la cultura del cine (de Occidente).

### ***Hollywood (re)hace películas asiáticas... multiplicando su audiencia***

Los cines *de género* asiáticos han tenido también un impulso por otra vía más indirecta. A pesar del evidente crecimiento de la atención dispensada a estas películas, siguen sin ser un fenómeno de masas. La mayor parte del público de Occidente ha consumido estas propuestas cinematográficas en forma de sucedáneos, productos reciclados y pasados por el filtro del estilo hollywoodiense. Se han mencionado títulos como *Blade* (1998, Stephen Norrington) y *The Matrix* (1999, Andy y Larry Wachowski), a los cuales podemos añadir, *Kill Bill* (2003 y 2004, Quentin Tarantino) o *The Last Samurai* (2003, Edward Zwick), todos ellos filmes que –cada uno con su estilo propio– utilizan técnicas y temas presentes en sus referentes asiáticos, ya sea como recurso, homenaje o parodia (a veces para las tres cosas, como en el caso de Tarantino). La otra opción, últimamente muy productiva, es la del *remake*. *The Ring*, *Dark Water* (*Honogurai mizu no soko kara*, 2002, Nakata Hideo), la saga *Ju-on...* han sido rehechas por Hollywood (a veces bajo la dirección de sus autores originales) para aprovechar su potencialidad entre un público (masivo) poco dispuesto a visionar las versiones originales. Para Fernández Valentí y Navarro estos *remakes* han sido la clave del éxito del *terror asiático* en Occidente, ya que “no será hasta que la industria de Hollywood certifique la existencia de un cine fantástico oriental «de moda», con su avasalladora capacidad de dictar tendencias, cuando el público comience a aceptarlo, convenientemente transformado en *fast food*” (Fernández Valentí; Navarro, 2003: 56).

### **El *anime* y el *manga*: avanzadilla de una nueva cultura narrativa**

Un último caso a comentar en tanto que impulsor de la corriente favorable a los cines asiáticos que vivimos es el de la animación japonesa. A pesar de la inyección de prestigio que supuso el premio para *Spirited Away* en Berlín, como pasa con el cine *de género*, no fueron los festivales los que la descubrieron y promocionaron. La pasión por el *anime* (ya sea en formato de cine o de televisión) y de su equivalente impreso en papel, el *manga*, que en nuestro país se remonta ya a hace casi una veintena de años, nació y creció a nivel popular.

Ya desde principios de los años sesenta la animación japonesa se había empezado a introducir tímidamente en los mercados de Europa y los Estados Unidos (Moliné, 2002) (los dos principales focos de *mangamanía* fuera de Japón). Aunque será durante la década siguiente cuando se popularice con productos como *Heidi*, *Mazinger Z* o *Mach Go Go Go*. El verdadero *boom*, sin embargo, se produce en la década de los noventa. El estreno en cines de *Akira* (1988, Otomo Katsuhiro) –y la simultánea edición del cómic en que se basa el film– supuso un fuerte impacto, revolucionando para muchos el concepto de los filmes de dibujos animados con su propuesta de reflexión filosófica, violencia explícita y compleja narrativa. Paralelamente, se estaba produciendo en Cataluña un fenómeno –que después se haría extensivo al resto del Estado español– “que constituiría un paso de gigante en la citada consolidación” (Moliné, 2002: 69): el éxito de la serie de animación *Dragon Ball* (emitida por la cadena autonómica TV3 a partir del año 1990). Lo más curioso de este caso es que, “[l]a no existencia, al principio, de *merchandising* basado en la serie motivó el que los propios fans crearan el suyo. Todo un tráfico de fotocopias del manga original japonés de *Dragon Ball* circuló no sólo entre niños y adolescentes, sino también entre jóvenes adultos” (Moliné, 2002: 70). De esta manera, “[l]a dragonballmanía quedó consolidada como un perfecto ejemplo de cómo un mito popular de masas puede ser creado a partir del favor del público, sin campañas publicitarias de ningún tipo” (Moliné, 2002: 70).

El paso siguiente fueron los fanzines y las convenciones de aficionados, que en Cataluña acabarían desembocando en la creación del Salón de Manga. El *manga* había superado los malos augurios iniciales. Al principio de los ochenta, Frederik L. Schodt escribe el primer libro bien informado sobre el tema fuera de Japón, donde dice que “[t]he same cultural isolation that has helped Japan develop such a rich comic culture is also a factor limiting the ability of people in other nations to understand –and enjoy– them” (1983: 153). La afirmación no deja de tener validez. El cómic japonés a la fuerza provoca una dislocación en el lector novel. Trajano Bermúdez lo atribuye a los elementos formales: “[E]l lector acostumbrado a los usos del tebeo local se encuentra un lenguaje ajeno cuando se enfrenta a una historieta japonesa. [...] Leer tebeos japoneses exige un nuevo aprendizaje, habituarse a nuevos tonos y acentos que no se utilizan en Occidente” (1995: 117). Mientras que para Jaqueline Berndt “son los contenidos y los temas lo que más extraña; sin duda le resultará más difícil al lector extranjero la identificación con los personajes del manga” (1996: 34). Sus historias hablan de realidades sociales y personajes alejados de la experiencia cotidiana del lector occidental, y por eso muchos de ellos “hallarán exotismo en los temas sacados de la historia japonesa y en los sistemas de valores a que responden, y por otra parte difícilmente captarían las referencias contemporáneas” (Berndt, 1996: 34). Sin embargo, “la evolución reciente demuestra que el extranjero se adapta pronto a su peculiaridad” (Berndt, 1996: 37). Como prueba, el hecho de que actualmente la mayoría de colecciones se editan con el formato de libro original japonés, con lectura de derecha a izquierda, fruto del valor que los lectores otorgan a la autenticidad. No sólo eso, a raíz de la lectura de cómics nipones gran cantidad de gente (principalmente jóvenes y adolescentes) se interesó por la cultura de Japón, incluso por el estudio de la lengua. Se creó de esta manera una base de personas interesadas en la cultura asiática, no necesariamente limitada a aquello japonés o al tebeo, que facilitaría la posterior entrada de cine de Asia, como estamos viendo.

A continuación exploraremos las causas profundas de la llegada de los cines asiáticos hasta nosotros, sin las cuales, todo eso anterior no habría tenido unos efectos verdaderamente destacables.

## Un contexto propicio

La atención que desde Occidente se presta a las denominadas «cinematografías periféricas» depende, en buena medida, del capricho de nuestra mirada, de que decidamos o no poner nuestros ojos encima suyo. En cada momento, hechos circunstanciales ligados al gusto o, incluso, a la ideología, han condicionado nuestro interés. Las características del mercado, y las barreras que impone, también tienen un papel decisivo. En los próximos apartados expondré estos agentes en relación al presente éxito de los cines asiáticos. Pero antes hay que decir que en algunos casos la visibilidad de una cinematografía está siendo una consecuencia directa de su crecimiento y voluntad internacional actuales. No es el caso de Japón, claro está, toda una potencia del cine ya en el momento de su avistamiento en los años cincuenta, y que lo seguiría siendo con posterioridad, una vez pasada nuestra devoción (allí están los Oshima, Imamura o Suzuki para demostrarlo).<sup>10</sup> Pero sí que se encuentran en esta tesitura industrias como la china o la surcoreana, dos de las más vitales y reconocidas durante estos últimos años, que después de sufrir décadas de represión política, ahora se ven (más) libres para desarrollarse e innovar. Sólo era cuestión de tiempo que el resto del mundo se diera cuenta de su vigor. Éste es, pues, un factor a tener en cuenta, pero ni mucho menos el único o el de mayor importancia.

---

<sup>10</sup> Weinrichter (2003) considera inapropiado hablar de una «nueva oleada» en el cine japonés, y se refiere más bien a una revitalización. Los noventa no han roto ningún esquema (ya lo hicieron los cineastas de los sesenta) ni se pueden considerar un grupo de nuevos directores que hablan por primera vez de la realidad de su país.

Esta evidencia tendría que deslegitimar expresiones habituales como «nuevo cine asiático», que a *grosso modo* incluyen todos los cines de Asia dentro de la misma tendencia renovadora.

El norteamericano John A. Lent, en su libro sobre la industria del cine asiática, comentaba, ya en 1990, la proliferación de películas asiáticas en Occidente. Lo justificaba así:

Asian cinema had not been well known in the West. But some factors have tended to change this situation, among which are the trend to internationalism, with Asian companies seeking co-production arrangements and directors having their work honoured at festivals such as Cannes or Berlin; the push to export Asian cinema, specially through videocassettes; and the expansion of economic relations with non-Asian areas, with corresponding exchanges of films. (Lent, 1990: 4)

Los tres aspectos mencionados por Lent se podrían resumir en uno solo: las relaciones económicas internacionales (y el papel que la industria cinematográfica ocupa dentro de éstas). Ciertamente la cuestión económica es importante, pero no puede ser suficiente para explicar un fenómeno como lo que vivimos. Por eso yo propongo observar la situación desde tres ámbitos: el de la producción y distribución internacionales; el del (los) público(s); y el de los *media* y los críticos cinematográficos. Todos ellos están interconectados, y lo que me propongo ahora es dibujar un esquema de sus relaciones.

### Un mercado global

El funcionamiento actual de la industria cinematográfica, integrada en la economía de mercado global, ha favorecido claramente la propagación del cine de los países asiáticos. Su cobertura mundial, tejida a partir de las estrechas relaciones entre multitud de compañías del sector ubicadas por todo el globo (a través de alianzas, compras, adquisición de acciones...), ha facilitado el intercambio de películas en todas direcciones. Esta “globalización cultural entraña la posibilidad de que pueda haber también un mercado internacional para los cines nacionales” (Lee, 2004: 73).

Por una parte, “The emergence of Asian cinema is inseparable from the globalisation of the American economy and the rise of East Asia as an important region for it” (Yoshimoto, 2006: 254). Y de la otra, “Hollywood ya no es el centro del universo, ya que sus sistemas de producción están determinados por Oriente” (Quintana, 2006: 20–

21). La afirmación quizás sea exagerada, pero se basa en hechos reales. En el año 1989, la multinacional japonesa Sony compró Columbia a la Coca-Cola.<sup>11</sup> Actualmente, además de poseer Columbia –dentro de su filial Sony Pictures Entertainment–, Sony tiene un convenio de colaboración con MGM, con lo cual ha incrementado su dominio e influencia en el mercado norteamericano y, en consecuencia, internacional. Como complemento, en el año 1998 Sony arrancó Columbia Pictures Film Production Asia, con base en Hong Kong, con la intención de producir películas asiáticas<sup>12</sup> a la vez que extender “un puente hacia Norteamérica, creando un nexo directo entre la producción asiática [o sea, su creatividad y mano de obra] y los eficaces sistemas de financiación, distribución y exhibición estadounidenses” (Khan, 2001).

La lección que extraemos de este ejemplo es la siguiente:

Film now belongs to an enormous multinational system consisting of TV networks, new technologies of production and distribution, and international co-productions. It is no longer a separate art but part of the digital convergence with other media. Through these transnational processes of film production, financing and distribution, it increasingly makes sense to think in terms of ‘world cinema’. (Chaudhuri, 2005: 2)

Es decir, que hoy ya no tendría sentido hacer distinciones entre «cine asiático», «cine europeo», «cine norteamericano», etc., ya que todos ellos (si es que alguna vez se han desarrollado al margen los unos de los otros) forman ahora parte de un todo integrado y, en algunos aspectos, uniforme. Claro está, sin

<sup>11</sup> En 1990, otra empresa japonesa de electrónica, Matsushita, adquirió el conjunto MCA/Universal. Pero cinco años después, a causa de dificultades con los gerentes de la *major*, y ante la ausencia de resultados tangibles, Matsushita decidió alejarse de Hollywood y vendió el 80 por ciento de MCA/Universal al grupo Seagram. (Augros, 2000)

<sup>12</sup> Los dos primeros títulos surgidos de esta iniciativa fueron *The Road Home* (*Wo de fu qin mu qin*, 1999) de Zhang Yimou y *Crouching Tiger, Hidden Dragon*. Hasta la fecha se han realizado nueve películas más, la mayoría pertenecientes a los géneros de acción y aventuras.

embargo, que la idea que propone Chaudhuri es aún un proyecto (o un proceso) más que una realidad, pues resulta evidente que las relaciones de poder (económico) todavía determinan las condiciones del mercado, y que el flujo cultural es más intenso en unas direcciones que en otras.

El concepto de «*world cinema*», por lo tanto, todavía se tiene que debatir a fondo<sup>13</sup>, pero cada vez es más utilizado para referirse (si se me permite el tópico) a la variedad de colores y acentos que podemos percibir en nuestras pantallas. Los festivales de cine, como ya hemos visto, “are important to considerations of ‘world cinema’, as they facilitate cultural exchange between different ‘national’ cinemas and provide an alternative global distribution network” (Chaudhuri, 2005: 5), gracias a la «cohorte global de espectadores» (Bill Nichols *dixit*) que generan. Estos certámenes, sin embargo, seleccionan las películas de cada país en base a unos criterios restrictivos<sup>14</sup>, de manera que nunca llegan a dar una imagen completa (en la mayoría de casos, ésta es muy poco significativa) de una cinematografía. Resultan más interesantes cuando van acompañados de un *mercado* –como en el caso de Cannes–, mucho más nutrido y variado en propuestas. En éstos, es donde se llevan a cabo el grueso de negocios y de acuerdos que *mueven* la industria del cine, sobre todo en términos de (re)distribución. Pero ni siquiera eso puede explicar el actual volumen y variedad de productos que se encuentran al alcance de los consumidores, pues es bien sabido que los distribuidores acostumbran a moverse con pies de plomo.

<sup>13</sup> “However common it has become, the term ‘world cinema’ still lacks a proper, positive definition. [...] Despite its all-encompassing, democratic vocation, it’s not usually employed to mean cinema worldwide. The usual way of defining it is restrictive and negative, as the ‘non-Hollywood’ cinema”. (Declaraciones de Lúcia Nagib, directora del Center for World Cinemas de la University of Leeds, en “A new wave of world cinema”. *The Reporter. The University of Leeds newsletter*, nº 507, 3 de mayo 2005)

<sup>14</sup> “La función de los grandes festivales es codificar un *mainstream* del “cine de autor”, “art film” o como se lo quiera llamar, y sus estrategias de selección pasan por mantener [...] una expectativa ante la novedad estética, pero siempre bajo la garantía de un discurso reconocible y humanista.” (Miranda, 2006: 65)

El actor clave del mercado, por lo tanto, es otro. David Bordwell lo resume afirmando que “[t]o some degree the advent of video has brought us World Film” (2000: 96). Efectivamente, el barato sistema de edición de películas en formato doméstico (comparado con el coste, económico y logístico, de importación de un film para su proyección en salas de cine) ha impulsado, más que ningún otro condicionante, la difusión (cruzar fronteras) del cine en todo el mundo. Por un lado, “new technologies and modes of domestic consumption, e.g. specially imported videos, alternatively sourced DVDs, and Internet (including broadband) downloads, are crucial in facilitating some overseas’ audiences sense that they have a stake and emotional investment” (Stringer, 2005: 105)<sup>15</sup> en los cines asiáticos. Y por otro, “[d]igital technology in all its aspects has enabled a growing disregard for national boundaries as ideological and aesthetic checkpoints by a range of legal and extra-legal players, and has functioned to disrupt and decentralize the forces that have, heretofore, maintained strict control over the representational politics of the cinematic public sphere” (Ezra; Rowden, 2006: 6)

### **Fragmentación de las audiencias: salas de cine, DVDs, Internet y el *frikismo***

En el año 2001 las tiendas españolas dedicadas a la venta de películas en DVD vieron aparecer una colección de filmes titulada *Maestros del cine japonés* (lanzada por Manga Films), que incluía títulos nunca antes editados en España (en la mayoría de casos, ni siquiera vistos en cine) de autores como Kurosawa y Mizoguchi, pero también de nombres no tan conocidos como Shindo Kaneto, Ichikawa Kon o Kobayashi Masaki. A propósito de este (podríamos decir) acontecimiento, Joan Pons hizo la siguiente reflexión en las páginas de la revista *Rock de Lux*:

“Aunque una iniciativa de estas características desde el plano estrictamente comercial pudiera parecer bastante kamikaze [...], la verdad es que [...] está teniendo una excelente salida. Será porque el público está cinematográficamente más educado de lo que parecía; será

<sup>15</sup> La cita en su contexto original hace referencia al consumo del cine coreano, pero es igualmente válida para nuestro caso (que viene a ser el mismo pero un poco más amplio).

porque el presente *boom* de los films orientales marca tendencias; o será, sencillamente, porque nunca ha habido en España una colección dedicada al cine japonés.” (Pons, 2001)

Por encima de la reestructuración internacionalizadora de la industria del cine, y del interés de los festivales por programar filmes orientales, lo más relevante del/para el fenómeno del cine asiático es “la emergencia de nuevos públicos a escala mundial” (Miranda, 2006: 66). Es obvio que sin éstos no podríamos hablar de ningún fenómeno, tendencia o moda, que se configuran y se justifican en base a una audiencia.

Las nuevas formas de ver películas (el vídeo<sup>16</sup> e Internet) han propiciado esta emergencia de nuevos grupos de espectadores. De entrada, “[a]n international cinema packaged in VHS came naturally to a generation who grew up time-shifting, and it perfectly suited the digital culture the kids mastered” (Bordwell, 2000: 95). En poco tiempo, “[a] new niche market opened, and by the mid 1990s it was flourishing. Film programmers had found that in the age of videotape they could no longer attract audiences with Buñuel and Resnais” (Bordwell, 2000: 89). Actualmente, muchos foros de Internet dedicados a hablar de los cines asiáticos se constituyen a partir de la descarga de películas.

Para cada forma de consumo referida en el apartado anterior (recordémoslo: festivales, salas de cine, vídeo doméstico –a veces de importación–, Internet), corresponde un tipo de público particular, no sólo por los productos que consume, sino también por la forma de ritualizar su consumo. Ya es el momento de decir que la idea de un «público del cine asiático» es simplista y se aleja de la realidad. De entrada porque no existe una entidad lo bastante coherente que podamos llamar «cine asiático». Son muchos los cines que encontramos en Asia; más que países, pues cada industria es capaz de ofrecer

<sup>16</sup> Aunque los primeros magnetoscopios de uso doméstico aparecen a finales de los setenta (Sony presenta el Betamax en 1976 y Matsushita el VHS el año siguiente), no será hasta mediados de la década de los ochenta cuando se generalice su uso, así que los podemos considerarla una tecnología relativamente reciente.

diferentes tipos de productos. Dentro de esta variedad, se puede observar cómo “unos [públicos] optan por el terror enfermizo, otros por el cine moderno (en el sentido en que Antonioni era moderno), algunos preferirán el *anime*... y también habrá quien se quede con el clasicismo” (Pons, 2005).

De forma general y –si se me permite– simplificando un poco, podemos distinguir entre los públicos de los cines asiáticos en dos grandes grupos. Por una parte tenemos una audiencia «moderna», que se apunta a las nuevas modas y que ha visto en la originalidad de los cines de Asia que se importan la nueva forma de estar al día; su interés se centra en el cine de autor, aunque pueda hacer eventuales escapadas al género, eso sí, con pedigrí; este público se alimenta en festivales y otros tipos de acontecimientos culturales, y también se le conoce como *arty*, *cool* o, directamente, esnob. El otro grupo, en cierta forma rival (acostumbra a haber un cierto menosprecio de los unos respecto de los otros), es más especializado, sus gustos están más fijados, y no se contenta con recibir pasivamente aquello que le ofrecen los canales *mainstream* de difusión, sino que busca el material por su cuenta (aquí Internet y el mercado *underground* juegan un papel clave); lo que buscan acostumbra a ser cine *de género*, a menudo cuanto más vulgar mejor (series B y Z); son los «*freaks*», una denominación en principio ofensiva (su significado es el de monstruo o individuo extraño), pero que éstos mismos han adoptado para definirse (y distinguirse).

En un cierto sentido, ambos grupos reivindican un consumo elitista del cine. “El espectador tipo del «world film» [...] reivindica el cine de masas pero a la vez se complace en lecturas diferenciales, en la posesión de un «secreto» cinéfilo” (Miranda, 2006: 67). Este «secreto cinéfilo» puede ser un producto *cool* o *trash*, pero en cualquier caso se aleja del gusto del público mayoritario. Modernos y *freaks* son, por este desplazamiento respecto de la corriente principal, subculturas que, enfrente de la cultura mayoritaria (que consideran vulgar o decrépita), tratan de reafirmar su identidad. La mejor forma es a partir de la creación de mitos propios, que se tienen que buscar fuera de los canales habituales.

[I]n commercial practises, the success of the distributor necessarily depends upon the separation of buyers from sellers –the distributor works in a space between the primary suppliers of culture and their consumers. Because of this, consumers of commercially distributed culture do not have the opportunity to uncover an object by chance or recognise its potential value before it enters the market–place. This situation therefore encourages the fetishisation of commercial ‘discoveries’. (Christopher B. Steiner citado en Stringer 2005: 105).

Ésta es la manera en que un cine local consigue alcance internacional “by becoming a subcultural cinema” (Bordwell, 2000: 96), “a stait of affairs that owes as much to the vagaries of the viewers as it does to the charms of the movies” (Bordwell, 2000: 91). La distancia cultural no parece ser un problema, porque “[f]or an audience less committed to Hollywood’s standards of value, the barriers came down easily. Fans primed to enjoy downmarket pleasures were able to embrace the movies’ transcultural force” (Bordwell, 2000: 97).

La mentalidad y actividad de estos subgrupos se entiende mejor si pensamos en la cuestión del género. Ahora no hablo del cine *de género*, sino del género cinematográfico en el sentido más amplio, ya se llame este «terror», «comedia» o «cine de autor».

“[W]hen Asian popular cinemas become known, their products become enlisted in a war of distinction between fans and other specialized consumers” (Stringer, 2005: 102). Para Stringer, que cita a Mark Jankovich, “different kind of audiences –and different members of the same audience– engage in struggles over genre classification so as to assert their own social identities” (ibid.). “Aceptar las premisas de un género equivale a aceptar jugar dentro de un conjunto especial de normas y, con ello, a participar en una comunidad que, precisamente, *no es* equiparable con la sociedad en general”, nos dice Altman (2000, 214), y “[d]ado que, en la mayoría de casos, el acto espectadorial genérico conlleva una ruptura con las normas sociales –por muy imaginaria y temporal que esta sea–, crea al mismo tiempo un vínculo implícito entre quienes hallan placer en ese modo específico de ruptura con una norma cultural concreta” (ibid.). Tener esto en cuenta nos ayuda a clarificar algunos aspectos chocantes de la actual afición por los cines asiáticos. Es evidente que algunas de las películas “fascinan tanto por su acerado sadismo, brutal visceralidad y sexualidad

atormentada, [...] así como por un tratamiento visual que, bajo (adocenos) parámetros occidentales, tacharíamos de altamente efectista y gratuita” (Fernández Valentí; Navarro, 2003: 56). Si esto sucede así es precisamente porque “[e]l exceso es una de las muchas formas que los géneros tienen de encarnar la expresión contracultural” (Altman, 2000: 215).

La aparición de estas comunidades nos remite a la teoría desarrollada por Benedict Anderson sobre la formación de las naciones. Para Anderson la nación es una «comunidad imaginada» porque “the members of even the smallest nation will never know most of their fellow-members, meet them, or even hear of them, yet in the minds of each lives the image of their communion” (Anderson, 1983: 15). De la misma forma,

[a]isladas del resto, reducidas a visualizar al gran grupo al que pertenecen únicamente en base a unos pocos elementos apenas entrevistados, las comunidades genéricas constituyen [...] *comunidades consteladas*, porque, como si de un grupo de estrellas se tratara, sus miembros únicamente se pueden agrupar a través de reiterados actos de imaginación. [...] Los referentes que permiten a los aficionados del género imaginar –a veces inconscientemente– a esa comunidad ausente que comparte sus gustos proceden del discurso de la industria pero también del lenguaje crítico, de los comentarios cazados al vuelo y de los encuentros más o menos azarosos. (Altman, 2000: 218)

En este proceso “la participación de los medios de comunicación de masas, constituye una sólida apoyatura para la constitución de comunidades de todo tipo”, pero “pueden obtenerse resultados similares a través de las redes académicas, las redes *underground* o del ciberespacio” (ibid.: 221), como ya hemos visto.

Entendidas de esta manera, las películas “no son simplemente un contenido y una forma que los productores transmiten a los consumidores; son también el medio de una forma de comunicación que los grupos de consumidores emplean entre sí” (ibid.: 219). Se trata de una «comunicación lateral», opuesta

a la «comunicación frontal»<sup>17</sup> película-espectador. Y esta «comunicación lateral», que se da con los cines asiáticos, es la base de un producto sólido. Así se explica el auge actual.

### Esperando una nueva modernidad: recepción crítica

A pesar de todo, el pulso de una moda<sup>18</sup> se mide en base a su resonancia en los medios de comunicación de masas. Aquí los cines asiáticos también superan la prueba con buena nota, principalmente en los medios especializados, pero hay que buscar razones diferentes de las anteriormente expuestas. Como dice Bordwell, “newsweeklies would not be running stories about the Asian Invasion if only tapeheads and Web mavens were promoting these movies” (2000: 93).

Observemos un caso próximo, el de las revistas de cine españolas, que se esperarán hasta la entrada del nuevo siglo para empezar a prestar atención al cine llegado del continente asiático.<sup>19</sup> Ya hacía tiempo, como hemos visto, que el cine chino o también Kitano se dejaban ver por las pantallas de los festivales, pero no es hasta que el estreno de estas películas se hace notorio en las salas comerciales cuando los medios se hacen eco, ni siquiera los dedicados al cine. Antes de esto, a finales de los años noventa, sólo alguna voz profesional<sup>20</sup> –a base de recorrer festivales especializados– advertía de que lo asiático sonaba con fuerza lejos de su territorio. Pero el grueso de revistas no empezará a utilizar expresiones como «boom del cine asiático», «tirón del cine asiático en Occidente» o «fiebre amarilla» hasta la segunda mitad del año 2000 (nótese la proximidad con la edición del festival de Cannes que apostó fuertemente por los cines orientales –ver 1. 2.–). La

<sup>17</sup> Los términos son de Altman.

<sup>18</sup> En las conclusiones descartaré el uso de este vocablo para referir el auge de los cines asiáticos, pero es un término habitual en el terreno en que nos moveremos ahora, el de los *mass media*.

<sup>19</sup> En *Cinemanía*, en febrero de 2001, se hacía la siguiente revelación: “*Tigre y dragón*, de Ang Lee; *In the Mood for Love*, de Wong Kar-wai; *Brother*, de Takeshi Kitano; y *Ni uno menos*, de Zhang Yimou, llegan este mes a las carteleras españolas. Son cuatro películas asiáticas. ¿Pura casualidad? No... algo hierve en el continente amarillo.” (Khan, 2001)

<sup>20</sup> Como la de Ángel Sala desde su “Zona sin límites” en la revista *Imágenes de actualidad*.

mayor atención se nota en el aumento (no espectacular, pero sí significativo) de reportajes dedicados al tema o entrevistas con actores y directores; y en las listas de las mejores películas del año, donde unos años atrás a duras penas aparecía algún título de origen asiático, últimamente es fácil de ver cómo se incluyen un puñado. Sin olvidarnos de la aparición en 2004 de una revista dedicada en exclusiva a los cines asiáticos, *CineAsia*.

Es evidente, lo hemos visto, que los festivales internacionales (sobre todo los más mediáticos) han contribuido a propagar la visibilidad de las películas asiáticas. Pero en el caso del cine de género (proporcionalmente copioso, e inicialmente rechazado por las élites festivaleras) el motivo principal ha sido otro. Bordwell, otra vez, nos lo explica refiriéndose al cine de Hong Kong, pero la situación es extensible:

“As Hong Kong cinema passed into general awareness from both the festival culture and the fan subculture, the chief gatekeepers were fan aesthetes. These were film journalists who celebrated and proselytized. Most were cinéphiles first and Hong Kong fans second, but their writing had some of the amphetamine pulse of rock reviewing. [...] Hardcore fans display innocent mania, but aesthetes are the dandies of fandom. They relish not merely chases and fights; they treasure peculiar spectacle and piquant ruptures of tone. [...] The journalist-aesthetes were crucial in bringing Hong Kong cinema to the attention of mass-media tastemakers.” (2000: 95–96).

Estos críticos, en principio, se oponen a otra crítica más tradicional, a quien a menudo acusan de acomodaticia y de basar sus gustos en “un excesivo pedigrí que tiene más de actitud rancia e inmovilista que de posicionamiento argumentado” (Sala, 2002). Pero buena parte de ésta otra, “al trote de la más inquieta crítica especializada francesa” (Fernández Valentí; Navarro, 2003: 56)<sup>21</sup>, también se ha decantado por el elogio a los cines orientales, incluso, en

<sup>21</sup> Sobre todo la revista *Cahiers du Cinéma*, a la cual Àngel Quintana (2006) rinde homenaje por haber informado de los progresos del cine asiático desde principios de los años ochenta.

algunos casos, *de género*. Claro que no faltan voces disonantes. Algunos ataques, incluso, han dejado la cuestión estética de lado y se han centrado en temas morales, en lo que parece más bien una defensa encarnizada de unos valores propios (occidentales), repentinamente amenazados por un extranjero.

Pero a pesar de estos casos, el ambiente general es favorable a los cines de Asia, donde algunos de los comentaristas más entusiastas llegan a situar el futuro del arte cinematográfico. Ya sea por verdadera filiación, o por una voluntad renovadora (quizás pensando que ésta es una tendencia “que es imposible ignorar si se quiere realmente saber hacia dónde va esto del cine” –Sala, 2003b–), lo cierto es que muchos críticos han adoptado esta posición. El motivo está claro: la búsqueda de una nueva modernidad del cine sobre la que construir un discurso contemporáneo. La crítica necesita nuevos alicientes, y los ha encontrado en unos cines que por su diferencia parecen proponer nuevas soluciones. Además, resulta que algunos directores y películas remiten a la anterior modernidad –la de los años sesenta– en la que la cinefilia estaba (¿está?) anclada. No por casualidad, pues, la selecta nómina de directores asiáticos descubiertos en los últimos años

insinúa [...] analogías con el relato mismo que la historiografía ha construido entorno a la gestación, desarrollo, y puesta en crisis de la modernidad cinematográfica. El camino de «descubrimientos» que lleva desde Zhang Yimou, considerado «clasicista» por mucho exégetas, hasta, por ejemplo, Apichatpong [Weerasethakul] sugiere una similar tendencia en busca de *lo real del cine* a través de la abstracción formal. Las comparaciones frecuentadas por la crítica son muy representativas: se solían invocar los nombres de Kurosawa y Mizoguchi para hablar de Zhang; se abusó de la referencia al neorrealismo para comentar el cine iraní; escribir sobre Hou [Hsiao–hsien] «obliga» a citar a los ascetas del cine, Bresson y Ozu; Wong [Kar–wai] hace resonar ecos de la *nouvelle vague*, y Apichatpong se nos aparece como un cineasta deconstructivo y limítrofe, tan próximo a Pasolini como al *underground* americano de los 60. Los «grandes autores» del «world cinema» son, en cierto modo, los actores que representarían a menor escala temporal el drama feliz del cine moderno. (Miranda, 2006: 65–66)

## Conclusiones

Hasta aquí hemos visto la relación de causas y condiciones para la llegada de cines asiáticos hasta Occidente en los últimos años. Se trata solo de un sondeo, pues un estudio definitivo requeriría una mayor extensión (la identificación de otros posibles factores que hayan podido jugar un papel más o menos importante, como el de aquellas instituciones gubernamentales preocupadas –por unos motivos u otros– en promover una idea de multiculturalismo) y profundidad. Pero los elementos apuntados se antojan como los más determinantes, y lo dicho sobre ellos parece suficiente como para estimar su importancia.

Ahora, de todo lo comentado podemos extraer un par de conclusiones importantes. La primera, que a diferencia de la *oleada* de cine japonés de los años cincuenta, la actual es menos dependiente de los vaivenes del gusto cinematográfico de Occidente, y está menos limitada por las barreras que imponen las instituciones culturales de éste. Festivales, críticos, distribuidores y, también, públicos siguen filtrando el acceso de ciertos cines a nuestras pantallas, por supuesto, pero su control ya no es (no puede ser) riguroso, pues los canales de difusión disponibles son demasiado numerosos y heterogéneos gracias a las nuevas tecnologías de la comunicación. Por otro lado, el vigor adquirido por las industrias del cine en algunos países de Asia (y que va en aumento), y el proceso de integración y mundialización de estas y el resto de industrias *nacionales*, están haciendo irrefrenable la entrada de los antes llamados «cines periféricos» en nuestras fronteras, los cuales, una vez introducidos, hallan de manera natural un espacio dentro del diversificado mercado del consumo de ocio. Esto equipararía a la actual *oleada* con la del cine de Hong Kong de los años setenta, con el añadido del beneplácito de la crítica fílmica y demás *intelligentsia* cultural.

El segundo aspecto remarcable es que si el fenómeno del cine japonés fue elitista, para *entendidos*, mientras que el gran público no lo llegaba a percibir; y si el del cine de Hong Kong tenía unas raíces populares, la actual tirada por diversas cinematografías asiáticas se caracteriza por contener ambas tendencias. Los cines asiáticos (y aquí el plural no se refiere sólo a los diferentes estados-nación, sino también a la

diversidad de géneros existente en las industrias del cine de éstos) levantan pasiones en todas las esferas, de Cannes hasta la cultura *underground*. Y aunque la mayoría de las veces esto se debe a la divergencia de los productos que se consumen en uno u otro ámbito, en ocasiones estos pueden coincidir (sería el caso de autores como Kitano Takeshi), y lo que marca la diferencia es su uso.

El corolario de todo esto es la evidencia de que los cines asiáticos llegados a Occidente no se han quedado en una simple moda, sino que han venido para quedarse. Desvanecida la sensación de novedad de principios de la década, hoy ya no se habla tanto de ellas; pero, aun así, los datos siguen revelando una presencia creciente de las películas de Asia en nuestras pantallas (tanto las de cine como las domésticas), fruto, sin duda, de la estable audiencia que han sabido ganarse. Lo que se impone a partir de ahora, pues, es una convivencia (entre estos filmes y aquellos con los que ya contábamos en nuestro menú) de la que sería lógico, así como deseable, que surgiera un diálogo enriquecedor. Urge, por tanto, en los estudios cinematográficos occidentales, una mayor atención a las particularidades de los cines de Asia (y de otros lugares) que la dispensada hasta el momento, así como atentos análisis de las interrelaciones culturales que se establezcan de ahora en adelante en el terreno del lenguaje fílmico. El futuro del cine puede estar decidiéndose en ellas.

## Bibliografía

- Anderson, Benedict (1983) *Imagined Communities*. London, New York: Verso
- Altman, Rick (2000 [1999]) *Los géneros cinematográficos*. Barcelona: Paidós
- Augros, Joël (2000 [1996]) *El dinero de Hollywood*. Barcelona: Paidós
- Bermúdez, Trajano (1995) *Mangavisión. Guía del cómic japonés*. Barcelona: Glénat
- Berndt, Jaqueline (1996 [1995]) *El fenómeno manga*. Barcelona: Martínez Roca
- Bordwell, David (2000) *Planet Hong Kong. Popular Cinema and the Art of Entertainment*. Cambridge-London: Harvard University Press
- Chaudhuri, Shohini (2005) *Contemporary World Cinema*. Edinburgh: Edinburgh University Press
- Elena, Alberto (1999) *Los cines periféricos*. Barcelona: Paidós
- Ezra, Elisabeth; Rowden, Terry (2006) “What is Transnational Cinema”, en (eds.), *Transnational Cinema. The Film Reader*. London; New York: Routledge
- Fernández Valentí, Tomás, y Navarro, Antonio José (2003) “Fantástico Oriental Moderno”. *Dirigido por*, nº 321, pp. 54-61
- Herederó, Carlos F. (2000) “Cannes 2000. La gran apuesta por el cine oriental”. *Dirigido por*, nº 291, pp. 20-30
- Herederó, Carlos F. (2006) “Cannes 2006. Desconcierto y contradicciones”. *Dirigido por*, nº 358, pp. 28-33
- Iglesias, Eulàlia (2005) “La conexión asiática”. *Fotogramas*, nº 1941

- Khan, Omar (2001) "Territorio Amarillo". *Cinemanía*, nº 65, pp. 106-110
- Lee, Hiangjin (2004) "El cine coreano se asoma al mundo", en Alberto Elena, ed., *Seul Express. La renovación del cine coreano (1997-2004)*. Madrid: T & B, pp. 71-75
- Lent, John A. (1990) *The Asian Film Industry*. Austin: University of Texas Press
- Miranda, Luís (2006) *Takeshi Kitano*. Madrid: Cátedra
- Moliné, Alfons (2002) *El gran libro de los manga*. Barcelona: Glénat
- Polite, Pablo G. (2001) "Cenizas y diamantes". *Rock de Lux*, nº 189
- Pons, Joan (1999) "Viento en contra. Sitges". *Rock de Lux*, nº 168
- Pons, Joan (2001) "El celuloide que llegó de Oriente". *Rock de Lux*, nº 188
- Pons, Joan (2005) "El ocaso del samurái". *Rock de Lux*, nº 230
- Quintana, Àngel (2006) "Prólogo: ante un cine sin centro", en Antoine De Baecque, comp., *Nuevos cines, nueva crítica. El cine en la era de la globalización*. Barcelona: Paidós, pp. 17-25
- Sala, Àngel (2002) "Zona sin límites". *Imágenes de actualidad*, nº 211
- Sala, Àngel (2003a) "Extremo Oriente, extremo terror". *Imágenes de actualidad*, nº 221
- Sala, Àngel (2003b) "Zona sin límites". *Imágenes de actualidad*, nº 222
- Sala, Àngel (2003c) "Entre sables y catanas". *Imágenes de actualidad*, nº 230
- Schodt, Frederik L. (1983) *Manga! Manga! The World of Japanese Comics*. New York [etc.]: Kodansha International

- Stringer, Julian (2005) "Putting Korean Cinema in its Place: Genre Classifications and the Contexts of Reception", en Chi-yun Shin y Julian Stringer, eds., *New Korean Cinema*. Edinburgh: Edinburgh University Press, pp. 95-105
- Weinrichter, Antonio (2002) *Pantalla amarilla. El cine japonés*. Las Palmas de Gran Canaria: T & B Editores
- Weinrichter, Antonio: "Tsunami or not tsunami. Esperando otra nueva ola", en Rubén Lardín y Jordi Sánchez-Navarro, eds., *El principio del fin. Tendencias y efectivos del novísimo cine japonés*. Barcelona [etc.]: Paidós, pp. 39-56
- Yoshimoto, Mitsuhiro (2006) "National/International/Transnational: The Concept of Trans-Asian Cinema and the Cultural Politics of Film Criticism", en Valentina Vitalli y Paul Willemsen, eds., *Theorising National Cinema*. London: BFI, pp. 254-261