

Takashi Murakami en Zaragoza: Arte Kawaii y Neojaponismo

Ver arte japonés en Zaragoza

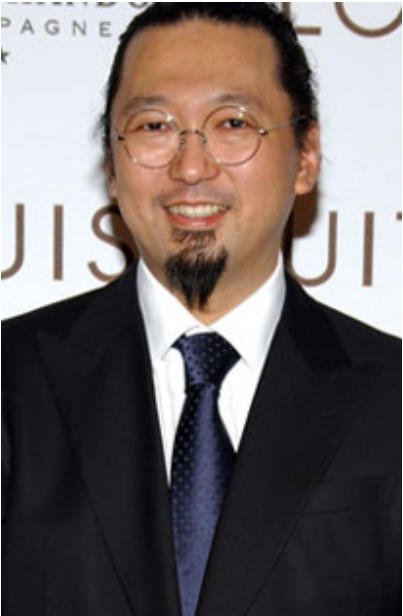
Aunque es cierto que, desde hace años, el arte japonés está presente en el panorama cultural zaragozano gracias a la Colección de Arte Oriental Federico Torralba que se exhibe en Museo de Zaragoza, lo cierto es que nos resultan más familiares las tradicionales lacas, porcelanas y estampas ukiyo-e que su arte más reciente. Con el fin de equilibrar este panorama –y como complemento de las actividades de difusión de la cultura japonesa que organizamos desde el Departamento de Historia del Arte de la Universidad de Zaragoza, con la activa profesora Elena Barlés a la cabeza– en los últimos años hemos tenido la ocasión de disfrutar de dos interesantes muestras de consagrados artistas japoneses.

La primera de ellas, en el seno de la VII Semana Cultural Japonesa, fue organizada por el Centro Joaquín Roncal de la CAI con el título de *Grabado japonés contemporáneo*, del 10 de mayo al 2 de junio de 2007. En estas líneas sólo quisiera dos aspectos de dicha exposición. En primer lugar, la excelente relación de artistas seleccionados que reflejan la indiscutible calidad del grabado japonés en la segunda mitad del siglo XX. Por otra parte, nos parece oportuno alabar la acertada programación y el buen trabajo realizado desde el Centro Joaquín Roncal por la promoción de la difusión de la diversidad cultural, que para el caso japonés vuelve a manifestarse de nuevo con una próxima exposición *Cerezos, lirios, crisantemos y pinos: la belleza de las cuatro estaciones en el arte japonés*, que se inaugura el día 11 de julio.

La segunda de las exposiciones sobre arte actual japonés se inauguró el 17 de abril en otro de los centros más activos en la programación cultural de nuestra ciudad en los últimos años: el Centro de Historia de Zaragoza. En este caso, en

paralelo al IX Congreso Nacional de la Asociación de Estudios Japoneses en España, gracias a la colaboración entre la Sociedad Municipal Zaragoza Cultural y la empresa GACMA, tenemos en Zaragoza la oportunidad de ver la exposición *Superflat* de Takashi Murakami, hasta el 20 de julio de 2008. Esta exposición ha recorrido distintas capitales españolas, siendo la sede madrileña de Casa Asia el último lugar en exponerse. Quienes con esta exposición quieran ver más obras de Murakami, tendrán ocasión de ver, en febrero de 2009, una gran retrospectiva de este artista japonés de moda, el "Warhol japonés", en el Museo Guggenheim de Bilbao.

Superflat de Takashi Murakami

	
Takashi Murakami	Diseño de Murakami para bolsos Vuitton

A sus cuarenta y cinco años, el mediático y cotizado Takashi Murakami es ya uno de los iconos de la posmodernidad. Al menos, el icono nipón. La proyección de su obra en grandes museos de Estados Unidos y de Europa, así como sus diseños para una serie de exclusivos bolsos de Louis Vuitton, han elevado a Murakami al escaso panteón de artistas japoneses con fama fuera de su país. He de confesar que no siento un especial entusiasmo por la obra Murakami y que personalmente me interesan más las propuestas de otros artistas. No

obstante, es obligado admitir que su impecable visión comercial y propagandística ha tenido un éxito extraordinario. Asimismo, sus exposiciones no dejan indiferente a nadie y son atractivas, divertidas y sugerentes por el discurso planteado. En efecto, Murakami en algunos aspectos es muy representativo de las propuestas artísticas que caracterizan nuestro tiempo. Es tremendamente interesante el discurso teórico creado en torno al concepto *superflat*, literalmente “superplano”, que se aplica a una característica de la gráfica popular japonesa que puede relacionarse con la misma pintura tradicional japonesa *nihonga*. No es que la tradición pictórica japonesa sea en su totalidad planista, pero sí una gran parte.

Aunque el término *superflat* haga referencia al aspecto plano, sin profundidad, propio de sus creaciones y diseños, la carga teórica de el actualizado Neo-pop de Murakami se centra en el discurso del posmoderno mestizaje entre la alta y la baja cultura, siendo japonés el sabor de la cultura popular que Murakami eleva a gran obra. Precisamente, el manga (comic japonés), el anime (dibujos animados japoneses) y los videojuegos son hoy una de las tendencias culturales más activas. Por eso hay también un Neo-pop a la japonesa que tiene extensa nómina de seguidores en todo el mundo.

Recibe el nombre de *otaku* aquella persona fascinada (obsesionada) con los personajes de las series de dibujos y los manga. En cierta medida, los *otaku* constituyen una subcultura (no si si añadir lo de juvenil) del mundo de la globalización. El discurso de Murakami, pronunciado con un agradable acento que mezcla el Pop con lo *otaku*, es ambivalente. Puede llevar una carga de crítica social y así, en ocasiones, sus muñecos se transforman en personajes monstruosos. Pero en definitiva, la crítica a la sociedad de consumo que plantea Murakami es superada, con mucho, con su gran talento para beneficiarse del consumismo y dirigir un emporio que abarca de los muñequitos de peluche a los bolsos de Vuitton, pasando por las galerías y museos de todo el mundo.

La estética *kawaii*

Aparte de la referencia formal al aspecto planista de *Superflat*, es necesario presentar al lector el concepto estético más potente e influyente del mundo japonés en la actualidad. Si con Tàpies y con los informalistas era necesario manejarse con algo de budismo Zen y de la estética del *sabi* y *wabi* (de lo austero, lo inacabado, lo natural, etc.), ahora la influencia japonesa llega a través de los productos comerciales, los dibujos animados, los manga y sus códigos de valores estéticos. Los aspectos agradables del mundo infantil, de lo mono, lo majo, lo enternecedor, lo cómodo, lo gustoso es recogida bajo la categoría de *kawaii*. Aunque es un término que empleamos ya en el mundo del arte actual, su origen está en el adjetivo comodín para mostrar, sin comprometerse demasiado, de que algo nos agrada.

Un bebe que hace monerías es *kawaii*. Un cachorro es *kawaii*. Una chica mona y simpática es *kawaii*. La corbata divertida que se ha puesto hoy el jefe es *kawaii*. Un perrito con chaleco es *kawaii*. *Hello Kitty* (ya clásico) es *kawaii*. Y como *Hello Kitty*, todos los personajes *kawaii* tienen grandes ojos, aspecto abrazable y una sonrisa. Lo *kawaii* no molesta, es integrador y hace agradable la vida, al menos un rato. Muchos de estos productos van dirigidos a la población infantil y juvenil, pero también hay productos culturales dirigidos al gran público en general que participan de la estética *kawaii*. Las obras de Murakami son *kawaii*.

El colectivo “Puni-puni”

Gracias a la financiación de la Fundación Torralba-Fortún y a la labor de coordinación de la activa artista *TereLo*, *Superflat* de Takashi Murakami se exhibe con un interesante contrapunto que enriquece esta exposición. Junto a la exhibición de las obras de Murakami una muestra titulada *Puni-Puni: Miradas cruzadas* sobre la creación gráfica entre artistas japonesas y españolas, con las obras del colectivo “Puni-Puni”, un grupo de artistas y diseñadoras afincadas en nuestro país e influidas por el trabajo de Murakami y la

estética *kawaii*.

“Puni-Puni” es la onomatopeya japonesa para referirse a algo blando y mullido que invita a ser abrazado, como un peluche. Artistas españolas, japonesas y de otras nacionalidades pero afincadas en nuestro país (vean su página web www.punipuniexpo.com) siguen los pasos de Takashi Murakami, aunque posiblemente nunca lleguen a ganar tanto dinero como él. Forman parte de “Puni-Puni” Aika & Shun, Asako, Casielena, Charuka, Julieta, Lcala, Lahe, Laura, La Princesita, Malota, Mishiko Sonobe, Mizuho Kobayashi, Saki Chikaraishi, Savage Girl y Terelo. Su trabajo es muy interesante y una muestra de la huella de esta tendencia artística y gráfica en nuestro arte actual. Pero estas artistas son sólo una pequeña parte de la influencia *kawaii* en el diseño actual y completar una relación de artistas que exhiben permanentemente en la red trabajos dentro de esta tendencia es una tarea inabordable.

Neojaponismo

Como es sabido por todos los amantes de la pintura del XIX, la influencia de las estampas *ukiyo-e* de Utamaro, Hokusai, Hiroshige y otros fueron una influencia decisiva en la renovación artística de la segunda mitad del siglo. Manet, Monet, Van Gogh y muchos otros maestros coleccionaron y se dejaron seducir por el arte japonés en un fenómeno denominado Japonismo. Las formas y los temas de esa primera influencia pertenecían en cierto modo a la cultura popular de los ciudadanos (*chônin*) de las ciudades japonesas del periodo Edo (1615-1868). Los quince libros que componen el libro de dibujos de Hokusai llamado *Manga*, fue posiblemente la que un mayor influjo tuvo.

En la actualidad la gran mayoría de los artistas ni pintan al óleo mujeres en kimono, ni coleccionan grabados *ukiyo-e*. Pero muchos sigue atraídos por la cultura visual del País del Sol Naciente. Ahora esta influencia japonesa se aprecia especialmente en el mundo del diseño, el diseño gráfico y los medios de masas y nos llega, en la era de la globalización, por internet, la televisión, los videojuegos, los anime y los

manga. A este nuevo Japonismo de nuestros tiempos, más allá de los kimonos y abanicos, muy próximo lo hemos llamado *Neojaponismo*.

Takashi Murakami: Superflat / Puni-Puni

Centro de Historia de Zaragoza

Del 17 de abril al 20 de julio de 2008