

# La mujer japonesa en las cubiertas de las novelas traducidas

---

*Alba Serra-Vilella*

## 1. Introducción

La cubierta de un libro es a menudo el primer encuentro del lector con la obra, y los editores, conscientes de ello, ponen especial atención en su diseño. A veces se usan elementos llamativos para atraer al lector, y ahí entran a escena las representaciones exóticas. Las imágenes elegidas no siempre guardan una clara relación con el contenido, sino que a veces representan estereotipos como si la obra fuera un representante de su país. Las mujeres son a menudo las protagonistas de estas cubiertas, lo cual no las empodera precisamente, sino que en su representación se reflejan ideologías fuertemente arraigadas sobre la feminidad asiática y los roles de género tradicionales.

Este estudio analiza las cubiertas de las novelas japonesas traducidas en España entre 1900 y 2014, de forma principalmente cuantitativa a través de distintas variables, agrupadas en tres secciones: figuras representadas, mirada y relaciones de poder, y estereotipos como la figura de la *geisha* y la sensualidad.

El objetivo principal de este estudio es comprobar cómo se representa a la mujer en las cubiertas de novela japonesa. Trabajamos sobre las hipótesis de que se observa una feminidad especialmente marcada en la representación del otro japonés y una recurrencia al exotismo, a presentar a la mujer japonesa como lejana a través de la temporalidad y el énfasis en la diferencia. Además, sostenemos que las diferentes características asociadas a la representación de la mujer japonesa mantienen una coherencia que apunta a una ideología, sea o no consciente, por parte del editor o responsable de las cubiertas.

## 2. Marco teórico: estereotipos y geosexualidad

Los estereotipos son habituales en la representación de la alteridad, lo cual se acentúa en el caso del otro japonés. Amossy (1991), en su libro sobre el estereotipo, lo define como una idea preconcebida, una forma de representación colectiva que los individuos adquieren en la sociedad en la que viven y que puede ser previa a un contacto personal con la cultura en cuestión. Esta autora

no lo considera negativo por sí mismo sino dependiendo del uso que se haga, aunque reconoce que

el estereotipo es esencialmente peyorativo, [...] una idea de segunda mano recibida y admitida sin espíritu crítico. [...] es rígido, simplificado, rutinario y tiende a representar una vertiente negativa de la imagen de la realidad» (Amossy, 1991, p. 35; cita en Ning, 2014, p. 31).

Muchos autores se muestran críticos con el estereotipo, como por ejemplo Ning (2014, p. 35), quien considera que su estudio «ha contribuido a denunciar los prejuicios, el racismo y la discriminación» y Terol (2008, p. 226) que, en relación al «conglomerado cultural que denominamos Asia Oriental» dice que «el estereotipo, el exotismo y la anulación de toda relevancia, racionalidad y, con ello seriedad, sirven de guía para arrinconar una cultura, para dominarla».

Entre las diferentes formas de representar el otro oriental, Said menciona las figuras del discurso asociadas al oriente: «su extrañeza, su diferencia, su sensualidad exótica...» (Said, 2002, p. 118).

Said relaciona el orientalismo con las relaciones de poder entre géneros, de manera que la masculinidad se identifica con los autores que producen los textos orientalistas, mientras que el oriente y las personas que lo representan se caracterizan como femeninos:

El orientalismo en sí mismo, además, era un dominio exclusivo del hombre; como muchos grupos profesionales durante la época moderna, se concebía a sí mismo y a su tema de estudio con ojos sexistas. Todo esto es particularmente evidente en los escritos de los viajeros y novelistas, en los que las mujeres son habitualmente creaciones del poder-fantasía del hombre. Ellas expresan una sensualidad sin límites, son más bien estúpidas y, sobre todo, son complacientes y serviciales (Said, 2002, p. 279).

El orientalismo, como reflejo y perpetuador de las relaciones de poder, identifica el sujeto del conocimiento, occidente, con la masculinidad, al cual el oriente, representado en forma femenina, se ve subyugado como objeto pasivo. A pesar de que la obra de Said se centra en el Oriente próximo, algunas ideas se pueden aplicar sin duda al caso de Asia oriental.

En Crespín (2019, p. 97) encontramos una síntesis muy clara sobre la construcción moderna del otro asiático, que cita textos clave en las raíces de los contactos mutuos y muestra la feminización del otro y la sexualización de la mujer asiática que de estos textos se desprende:

Se produce el encuentro con la «sexualidad asiática» fruto de la «construcción de un fabuloso y sexista “exotismo asiático”» (Pattberg, 2009, p. 83). Este exotismo toma a la «dócil» o «sumisa» mujer-juguete asiática (Gómez Carrillo, 1912, pp. 10-11) en el centro de dominación del occidental amo-racial. «Asia» se «feminiza». Pero no solamente sus mujeres. También sus hombres. Es en esa clave de la idea de

«Asia feminizada» en la que se pueden entender la multitud de discursos culturales y la infinita proyección distorsionada de la mujer y la sexualidad asiáticas.

En resumen, varios autores refieren a la geosexualidad<sup>1</sup> en la representación del otro asiático, y este trabajo nos permitirá constatar si esto se refleja en la literatura japonesa traducida.

### 3. Corpus y metodología

Hemos usado la base de datos de Serra-Vilella (2016) y el estudio sobre las cubiertas de Serra-Vilella (2018), pero hemos revisado los datos, añadiendo algunas cubiertas y ediciones que faltaban y revisando algún concepto,<sup>2</sup> por lo que se pueden observar algunas ligeras variaciones en las cifras respecto a los mencionados trabajos.

El corpus de este estudio incluye las cubiertas de las novelas traducidas del japonés y publicadas en España desde la primera en el 1904 hasta el año 2014.<sup>3</sup> Se han tenido en cuenta las reediciones, pues a menudo las cubiertas son diferentes de las anteriores ediciones. Del total de 545 ediciones del género de novela, hemos encontrado todas las cubiertas excepto 6 (1,1 %). Hemos excluido del análisis las cubiertas que contienen la misma imagen que una anterior edición, que son 96, por lo que el total de imágenes que se han tenido en cuenta son 449. De entre estas cubiertas, las que incluyen figuras humanas son 249.

Como el número de cubiertas es muy elevado, el análisis será principalmente cuantitativo, aunque también analizaremos de forma cualitativa algunas imágenes concretas que destacan en relación con este estudio. Hemos usado una base de datos en formato Excel que nos permite registrar las variables de las diferentes categorías y cruzar y extraer los datos de forma sencilla, incluyendo una visión diacrónica de estos. Las variables básicas que hemos cuantificado son las siguientes, siguiendo a Serra-Vilella (2018): géneros de las figuras humanas, especificidad cultural y temporalidad.

Por lo que respecta a los estereotipos asociados a Japón, destacan las figuras del samurái y la *geisha*. Por este motivo, hemos decidido cuantificar también las cubiertas que incluyen estas figuras. Cabe destacar que la realidad detrás del concepto de *geisha* es muy compleja, y sutiles algunas características que diferencian su atuendo característico de la simple ropa japonesa tradicional. Sin embargo, el quimono se interpreta a menudo como un símbolo de esta figura, junto con el característico peinado y maquillaje. Así pues, hemos hecho un recuento de las figuras donde aparecen estos elementos o alguno de ellos, como imágenes que, teniendo una mayor o menor similitud a una *geisha* auténtica, pueden evocarla en el público general. Nos apoyamos en este sentido en la afirmación de Bell (2000, p. 16):

Notice that in content analysis a variable refers to aspects of how something is represented not to «reality». Therefore, if someone is shown as elderly in a television «soap» (by means of make-up or clothing) it is this which the researcher observes, judges and classifies, not the «real» age of the actor [Nótese que en el análisis de contenido, una variable se refiere al aspecto que muestra algo tal como se representa, no a la «realidad». Por lo tanto, si en un programa de televisión alguien tiene aspecto de persona mayor (a causa del maquillaje o el vestuario), esto es lo que el investigador tiene en cuenta, juzga y clasifica, no la edad «real» del actor].

Además de la sensualidad asociada a la imagen de la *geisha* y a la mujer oriental, como hemos visto, el kimono en sí se asocia a la sensualidad en ocasiones, como corrobora el título del artículo «Saris, kimonos y otros fetiches de la feminidad: el viejo orientalismo en el mercado global» (Martín Lucas, 2005). Esta autora enumera varios de los tópicos que se repiten en las cubiertas:

En los títulos mencionados aquí, junto con las portadas de los mismos –repletas de mujeres de ojos rasgados con vestimentas orientales, rodeadas de pagodas, dragones, caracteres chinos y otros elementos característicos de la *chinoiserie* [...] apelando al fetichismo sexual asociado a la mujer oriental en occidente (Martín Lucas, 2005, pp. 109-110).

Es curioso (o representativo) cómo a pesar de que el estudio de esta autora se centra en literatura anglófona de mujeres indias, y este párrafo parece apelar más a China, todos los elementos que menciona aparecen, en menor o mayor medida, en nuestro corpus.

Por otra parte, la semiótica social y visual de Kress y van Leeuwen (2006) nos parece un marco útil para el análisis de las imágenes. Estos autores dividen el análisis de las figuras humanas en tres categorías: la actitud, la relación social y el contacto. La actitud deriva del ángulo de la «cámara», desde la perspectiva horizontal y vertical, la relación social se establece según el plano elegido, más o menos próximo, y el contacto depende de la mirada de la figura representada. Aunque todas estas categorías pueden ser interesantes, debido al elevado número de cubiertas y atendiéndonos al marco teórico y los objetivos de este estudio, hemos decidido centrarnos solamente en algunas de las categorías que proponen, concretamente el ángulo vertical y la mirada. El ángulo desde el cual la figura se presenta al lector puede ser desde arriba, desde la misma altura o desde abajo, lo cual sitúa a la figura en una posición de inferioridad, igualdad o superioridad («A high angle, it is said, makes the subject look small and insignificant, a low angle makes it look imposing and awesome [Un ángulo alto, dicen, hace que el sujeto se vea pequeño e insignificante, un ángulo bajo le hace imponente e impresionante]»; Kress y van Leeuwen, 2006, p. 140). Como Said menciona la superioridad del sujeto orientalista frente al otro asiático, hemos considerado interesante cuantificar las cubiertas en relación con el ángulo vertical.



Respecto a la mirada de la figura representada, estos autores interpretan una mirada directa al lector como «que le pide algo», mientras que una ausencia de contacto visual refleja una actitud de «ofrecimiento» de información, o también de ser «objects of contemplation [objetos de contemplación]» (Kress y van Leeuwen, 2006, p. 119). Esto enlaza con los conceptos «ser-mirante» y «ser-mirado» de Sartre que Crespín (2019, p. 96) menciona en relación con la representación del otro asiático y, de hecho, preferimos esta terminología que a la vez evoca un otro que es mirado como un objeto, se «cosifica» (Crespín, 2019, p. 96). En algunas cubiertas del corpus aparecen figuras antropomórficas (estatuas, muñecas, etc.), y analizaremos brevemente estas cubiertas de forma cualitativa en relación con la feminidad. Además, analizaremos brevemente algunas cubiertas en las que aparecen hombres y mujeres, comparando las posiciones y miradas de ambos.

Finalmente, hemos observado una gran recurrencia de mujeres con la cara o la mirada inclinada hacia abajo. En algunas ocasiones el semblante evocaba tristeza, otras una actitud servil o de resignación. Diferenciar estos detalles comprendería un alto grado de subjetividad, por lo que hemos decidido cuantificar las caras o miradas hacia abajo, independientemente de la expresión facial, pero considerando que muchos casos evocan las connotaciones anteriormente mencionadas.

En resumen, las variables que hemos cuantificado son:

- Género de las figuras humanas: femeninas, masculinas, varios (incluye hombres y mujeres) y figuras humanas de género indefinido (por ejemplo, una sombra o una mano).
- Especificidad cultural: si la imagen remite a la cultura japonesa/asiática o no.
- Temporalidad: si tiene características que vinculen la imagen a tiempos modernos, antiguos o ninguno en concreto.<sup>4</sup>
- Figuras estereotípicas: *geisha* o samurái.
- Sensualidad.
- Ángulo de enfoque de la imagen, que confiere a la figura una sensación de inferioridad, igualdad o superioridad.
- Mirada de las figuras representadas: directa, en otra dirección o abajo.

#### **4. La feminidad en la representación del otro japonés**

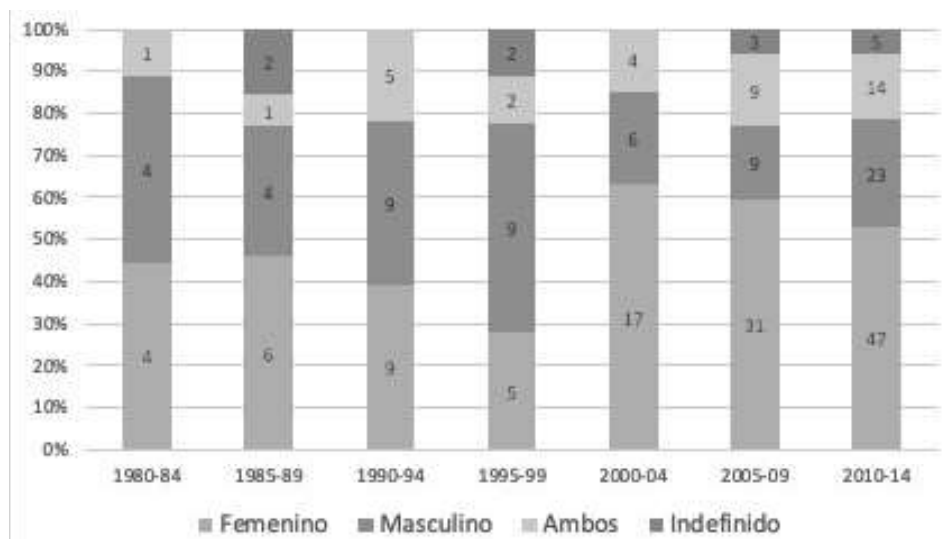
Del total de 449 cubiertas analizadas, 249 de ellas incluyen figuras humanas. Como vemos en la Tabla 1, más de la mitad (52 %) de estas cubiertas incluyen exclusivamente figuras femeninas (una o varias), aproximadamente una cuarta parte (27 %) incluyen figuras masculinas, un 16 % ambas y un 5 % presentan un género indefinido. Esto supone que, aproximadamente, en una de cada

dos cubiertas con figuras humanas, estas son femeninas, y respecto al total de cubiertas (incluyendo otros diseños sin figuras humanas), encontramos mujeres en una de cada cuatro, como también se describe en Serra-Vilella (2018). Estos datos indican también que las cubiertas con mujeres son el doble que las de figuras masculinas.

**Tabla 1. Cubiertas con figuras humanas**

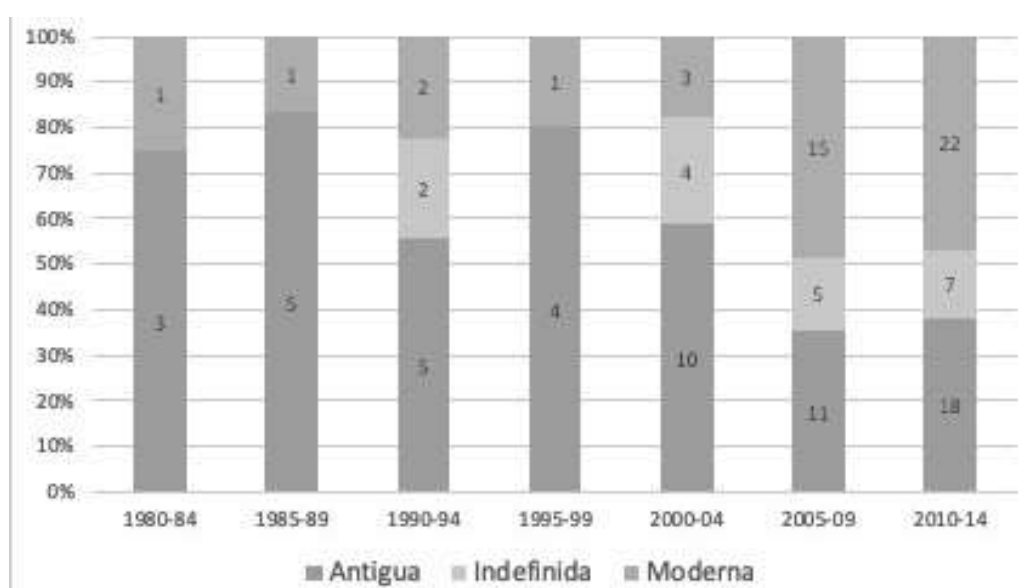
<b>Género de las figuras</b>	<b>Número de cubiertas</b>	<b>Porcentaje del total</b>
Femenino	130	52
Masculino	66	27
Ambos	40	16
Indefinido	13	5
Total	249	

A continuación, en la Figura 1 se puede observar la distribución en el tiempo de las distintas figuras humanas, con números absolutos y franjas que representan los porcentajes. Este gráfico muestra los datos a partir de 1980 pues anteriormente el número de cubiertas por período es muy bajo. A modo de resumen, de 1900 a 1980 hay 11 cubiertas con mujeres y 2 con hombres, además de 4 que incluyen ambos. A inicios de los años ochenta las figuras femeninas y masculinas aparecen en igual número, aumentando las primeras ligeramente en el siguiente período. En los años noventa aumenta el número de cubiertas que representan hombres, prevaleciendo en la segunda mitad de esta década, para ceder a continuación el protagonismo a las figuras femeninas, que pasan a ocupar más de la mitad de las cubiertas en la primera década del siglo XXI. El último período analizado, en cambio, muestra un cierto aumento de figuras masculinas. En resumen, la feminidad ha predominado en las cubiertas la mayor parte del tiempo, exceptuando la década de los noventa, y el gran aumento de publicaciones que coincide con el inicio de siglo XXI ha supuesto un porcentaje mayor de mujeres representadas, aunque con una ligera tendencia a la baja, que sería interesante corroborar en estudios posteriores. Esto encaja con cierto aumento de libros de artes marciales en la misma década (aunque recordamos que el presente análisis solo incluye novelas, por lo que no se trata de las cubiertas de los libros de esa temática).



**Figura 1. Géneros en las cubiertas con figuras humanas. Elaboración propia.**

A continuación, analizamos la temporalidad de las imágenes femeninas. El 51 % de las cubiertas donde se representan mujeres se enmarcan en tiempos antiguos, el 35 % incluyen elementos que evocan la modernidad, y el 14 % ninguno de ellos. Cabe destacar que el uso de ilustraciones *ukiyo-e* (alrededor de un 10 % de las cubiertas de novela, según Serra-Vilella, 2018), contribuye claramente a la representación antigua. En la Figura 2 podemos ver la distribución en el tiempo de la temporalidad representada. La representación de una feminidad situada en el pasado supone alrededor del 80 % hasta el 2000, exceptuando la primera mitad de los años noventa. A principios del siglo XXI sigue predominado la representación antigua pero el porcentaje se reduce, y en los diez últimos años de este estudio se observa un predominio de los elementos modernos en las cubiertas.



**Figura 2. Temporalidad en las cubiertas protagonizadas por mujeres.**  
**Fuente: Elaboración propia.**

Antes de los años ochenta todas las cubiertas representaban una temporalidad antigua, y en las décadas de los ochenta y noventa solamente cinco cubiertas representan la modernidad (Murakami, 1982; Togawa, 1987; 1995; Yoshimoto, 1991; 1994). Estas primeras cubiertas con mujeres modernas nos parecen muy significativas. En la primera se observa una mujer robot (Serra-Vilella, 2016, p. 460),<sup>5</sup> lo cual probablemente encaja en una época en la que Japón destaca tecnológicamente, por lo que podemos asociar el inicio de la representación de modernidad a una posición de poder económico y tecnológico del país. Además de esta feminidad en forma de objeto, observamos una mujer muy pequeña en la última cubierta (Imagen 1), y el resto presentan cierta sensualidad. Cabe mencionar también que estas cubiertas, exceptuando la de la literal «mujer objeto», son algunas de las primeras novelas de autoras femeninas que se publican en España, lo cual también puede relacionarse con el hecho de alejarse de la feminidad «anticuada» representada hasta la fecha, y la colección («Grandes escritoras») de la edición de Togawa (1995) (Serra-Vilella, 2016, p. 469) muestra que el género de la autora es algo que se remarca expresamente.

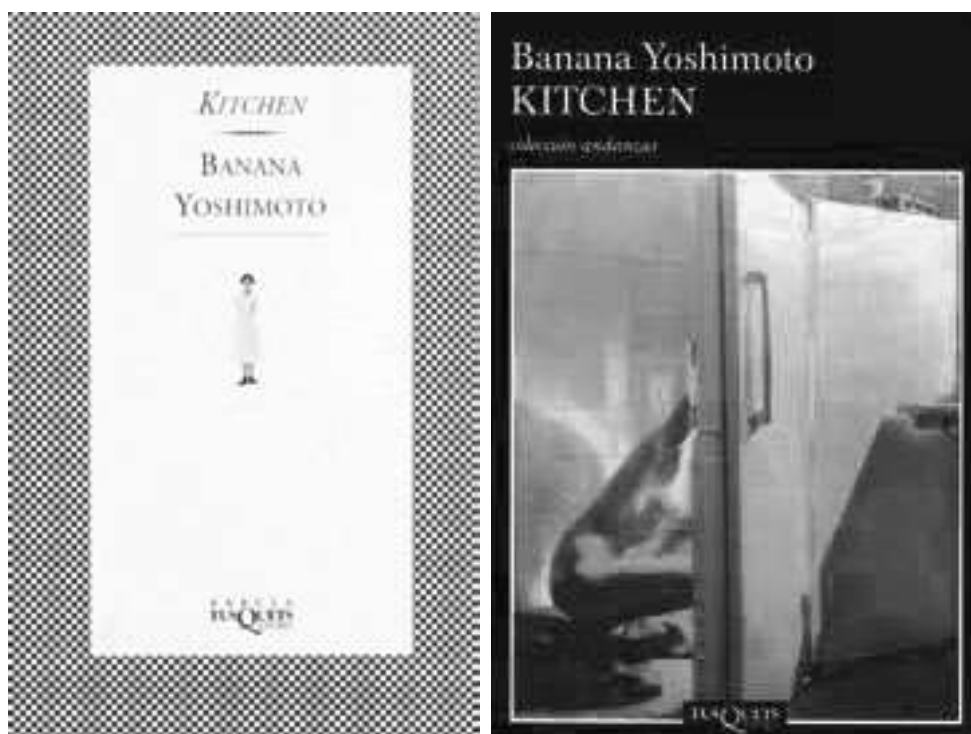
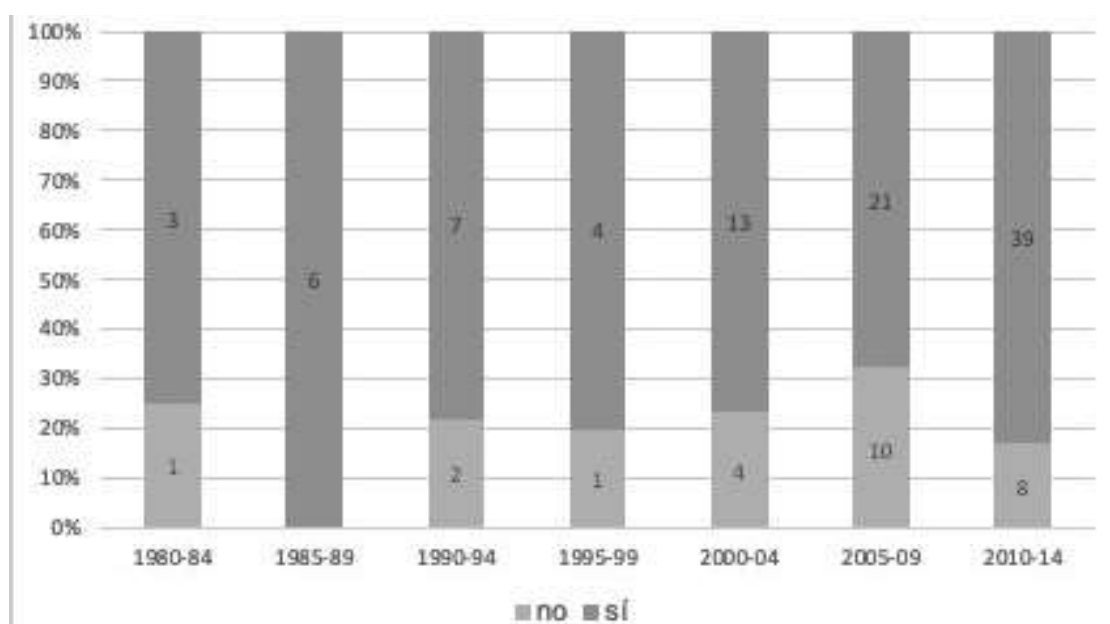


Imagen 1. Cubiertas de Yoshimoto, 1991 y 1994.<sup>6</sup>

En relación con las anteriores cubiertas, llaman la atención dos otras ediciones de *Lady Killer* de 1991 (Serra-Vilella, 2016, p. 469), la misma década que las anteriores, aunque no representan modernidad. Destaca especialmente la paradójica combinación del nombre de la colección «Tiempos modernos» con la imagen de la edición de tapa blanda, que representa una mujer con peinado y vestimenta antiguos. La edición de tapa dura, en cambio, presenta una tempora-

lidad indefinida, lo cual quizá pueda relacionarse con el tipo de público al que vaya dirigido el formato de cada publicación.

A continuación, analizaremos brevemente la especificidad cultural en las cubiertas con mujeres, es decir, si aparecen rasgos o elementos que relacionen la imagen con Japón o no. Hasta 1980 todas las cubiertas marcan la obra como de procedencia nipona, y a partir de este momento aparecen algunas cubiertas sin vinculación geográfica, aunque siguen predominando claramente las anteriores, con la leve excepción del período 2005-2009, en el que las cubiertas sin especificidad cultural alcanzan un tercio del total, como vemos en la Figura 3. En total, 104 de 130 cubiertas con mujeres contienen una especificidad cultural, lo que supone un 80 %.



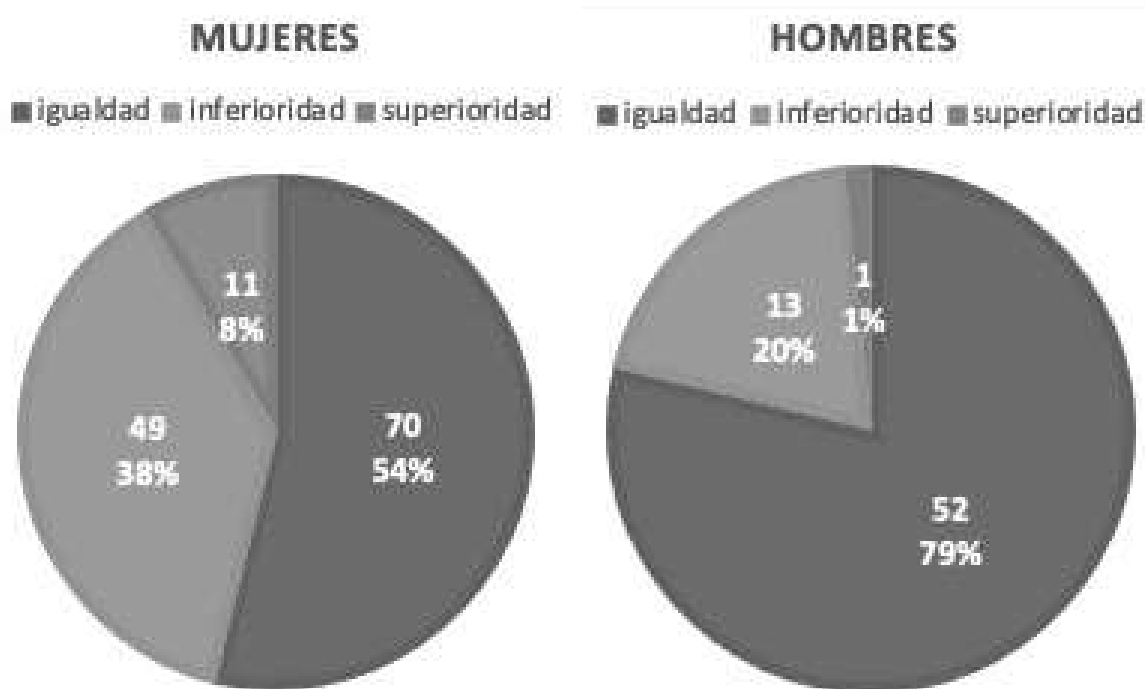
**Figura 3. Especificidad cultural en las cubiertas protagonizadas por mujeres.**  
Fuente: Elaboración propia.

## 5. Mirada y relaciones de poder

Como mencionábamos en el marco teórico, la mirada de las figuras representadas se puede relacionar con relaciones de poder: el ángulo de la «cámara» sitúa al otro en una posición de inferioridad, igualdad o superioridad, el hecho de mirar a «cámara» le convierte en sujeto u objeto, y la mirada o semblante hacia abajo nos recuerda «el modelo trágico de la feminidad asiática» (Crespín, 2019, p. 96).

Para poder comparar los datos, hemos decidido mostrar en este caso los datos de cubiertas con mujeres y con hombres. En la Figura 4 vemos que la mitad de las figuras femeninas se presentan en igualdad con el espectador, pero casi un 40 % en un plano de inferioridad. En el caso de las cubiertas con hombres, en cambio, la igualdad supone prácticamente un 80 % y la inferioridad solamente un 20 %. El

ángulo de enfoque desde abajo, que le confiere un aire de superioridad, es poco habitual, pero lo encontramos en 11 cubiertas con mujeres y 1 con hombres. En resumen, se observa un predominio de la igualdad, aunque en un porcentaje superior en las figuras masculinas. A pesar de que la mitad de las mujeres aparecen en un plano de igualdad, el 40 % que es observado desde arriba supone 49 cubiertas, lo que sobre un total de 249 significa que en una de cada cinco cubiertas con figuras humanas se muestran figuras femeninas en un plano de inferioridad.



**Figura 4. Posición de la figura representada según el ángulo de enfoque.**

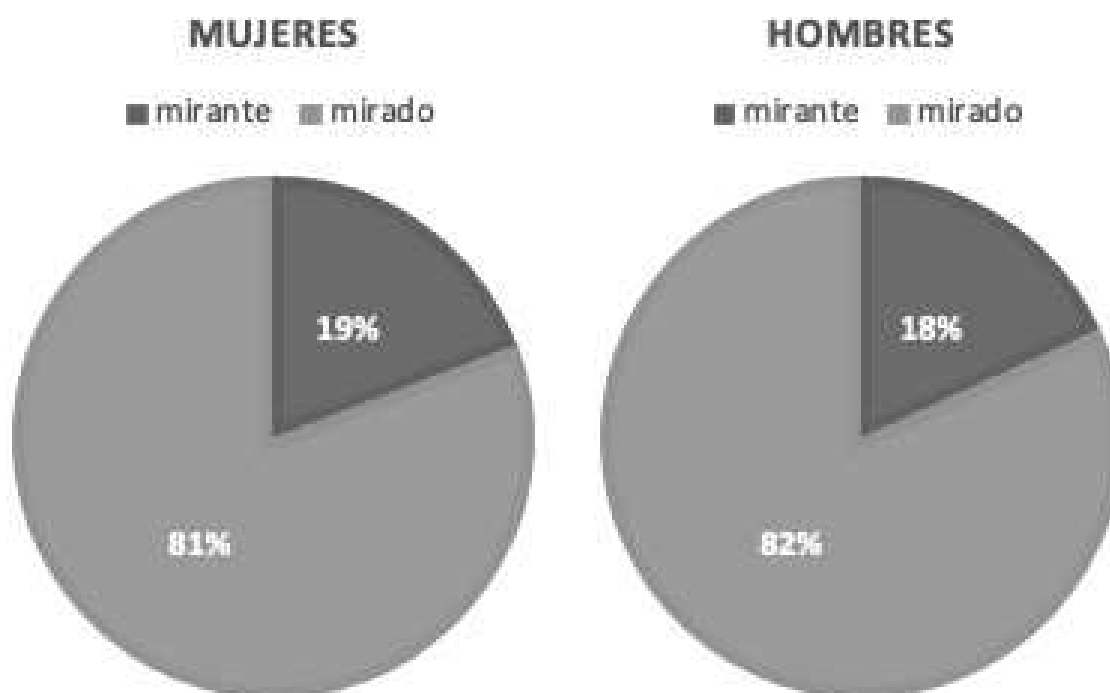
**Fuente: Elaboración propia.**

A continuación analizaremos la mirada de la figura o figuras representadas. Las que miran al espectador las consideramos entes «mirantes», sujetos activos que apelan a una interacción con el observador, mientras que las que miran en otras direcciones son entes «mirados», objetos de observación que no interactúan con el espectador. Hemos incluido en esta categoría también los casos en los que no aparece la cara de la figura, con lo cual no se puede determinar hacia dónde mira, pero consideramos que si el encuadre no incluye los ojos sino solamente otras partes del cuerpo, la figura no puede mirar y por lo tanto solo puede ser mirada.

Como se observa en la Figura 5, en este caso la situación es prácticamente idéntica para ambos géneros, con más de un 80 % de figuras miradas y menos de un 20 % de figuras que miran al espectador.

Probablemente las figuras que no miran al espectador abundan en las cubiertas de otras literaturas también, lo cual sería interesante poder comparar.

Además, el elevado uso de *ukiyo-e*, en una de cada diez cubiertas de novela, o una de cada cinco si tenemos en cuenta solo las que presentan figuras humanas (Serra-Vilella, 2018), puede que contribuya a esto, pues parece que en este género pictórico no era habitual la mirada hacia el espectador. Sin embargo, el hecho de que el otro representado sea mirado y no mirante puede convertirlo en un objeto, y derivar en una «relación mutua conflictiva cuando se “cosifica” al otro» (Crespín, 2019, p. 97).



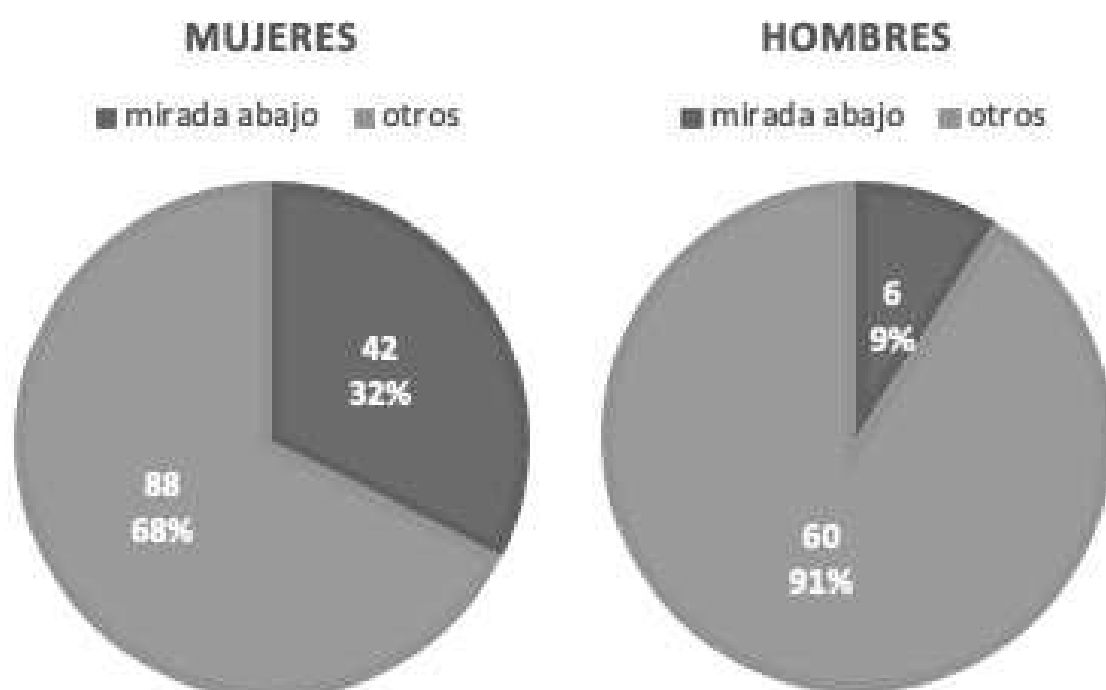
**Figura 5. Tipo de mirada de las figuras femeninas y masculinas.**

**Fuente: Elaboración propia.**

En relación con esto, hemos encontrado algunas cubiertas con objetos antropomórficos (Kawabata, 1976b, 1978; Murakami, 1982; Inoue, 1991; Abe, 1994; Murakami, 1997), de los cuales seis representan feminidad, dos, masculinidad, y cuatro son indefinidas respecto al género. Los objetos que representan mujeres son muñecas en tres casos, un robot, una figura de estilo étnico y una máscara de teatro tradicional (Serra-Vilella, 2016, pp. 439, 445, 460). La imagen de una muñeca encaja con la noción de docilidad y sumisión que se presupone en la mujer asiática. En el caso de las figuras masculinas (Tsuji, 2009; Mishima, 2005), encontramos un buda y una máscara decorativa (Serra-Vilella, 2016, pp. 469, 451).

Finalmente, la orientación hacia abajo de la mirada o la cara denota una actitud de sumisión o tristeza, lo que remite a la imagen estereotípica de una mujer asiática sumisa o inmersa en un destino trágico. Como se puede ver en la Figura 6, en alrededor de un tercio de las cubiertas con figuras femeninas estas

orientan la mirada hacia abajo, lo que se traduce en 42 cubiertas. En el caso de los hombres, esta cifra es de solamente 6 cubiertas, un 9 % de las cubiertas con figuras masculinas. Algunos ejemplos de mujeres con la cabeza baja incluyen una ilustración de *ukiyo-e* (Mishima, 1983) (Serra-Vilella, 2016, p. 450), una fotografía antigua (Kawabata, 2009) (Imagen 2), una fotografía moderna (Kiri-no, 2013) y una fotografía moderna que muestra una imagen estereotipada (Tanizaki, 2001) (Serra-Vilella, 2016, pp. 449, 467, respectivamente). Esta última destaca por ser una reelaboración del concepto de *geisha* claramente realizada fuera de la cultura de origen, que recoge algunas de las características que se asocian a esta figura pero con disonancias que la alejan de la cultura original quedando reducida a un simple estereotipo exótico.



**Figura 6. Dirección de la mirada en cubiertas protagonizadas por mujeres y hombres. Fuente: Elaboración propia.**





**Imagen 2. Cubierta de Kawabata, 2009.**

Respecto a las relaciones de poder entre sexos, hemos considerado interesante comparar la posición, ángulo y mirada de las figuras masculinas y femeninas en las cubiertas en las que aparecen ambos. En las cubiertas de Kawabata (1962), Katayama (2008) y Mishima (2014) (Serra-Vilella, 2016, pp. 445, 444, 453, respectivamente) la figura femenina mira hacia abajo y la masculina no, y además en la primera la mujer está sirviendo al hombre. En Kawabata (1976a; 1987) y Togawa (1991a) vemos mujeres con atuendo tradicional mientras que los hombres llevan ropa moderna (Serra-Vilella, 2016, pp. 445, 469). Además, en las dos primeras, el hombre mira hacia el frente con la cabeza alta, mientras que la mujer la inclina hacia abajo. En dos de estas cubiertas el hombre aparece delante de la mujer (Ishihara, 2014) (Imagen 3) o más arriba que la mujer (Abe, 1994). Las cubiertas con la mujer en una posición superior son escasas, pero hemos encontrado dos ejemplos, en Kawabata (1969) y Tanizaki (2011) (Serra-Vilella, 2016, pp. 445, 468). Todas estas imágenes muestran una subordinación de lo femenino a lo masculino, reforzando los roles de género tradicionales.

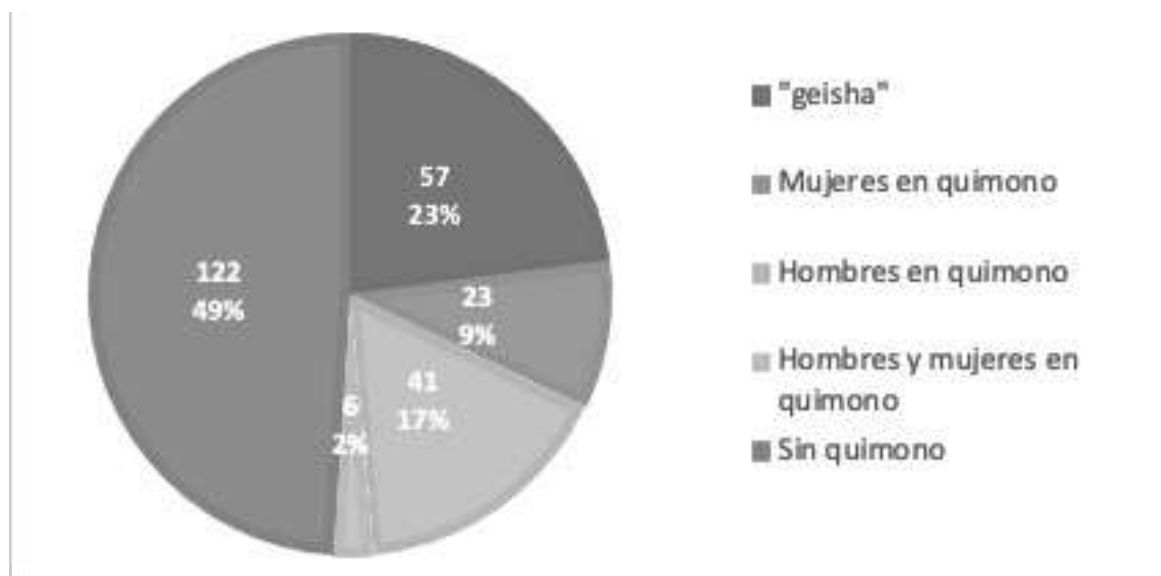


**Imagen 3. Cubierta de Ishihara, 2014.**

## **6. Sensualidad y quimono**

Cuantificar la sensualidad conlleva una innegable subjetividad, por lo que detallamos los criterios que hemos seguido para considerar que una cubierta la incluye. Partiendo del punto de vista de la cultura receptora, hemos considerado sensuales (o eróticas), las cubiertas que muestran cuerpos desnudos, pechos, ropa interior, escotes pronunciados, y también algunas imágenes donde unos labios rojos destacan especialmente, aunque no cualquier imagen que incluyera unos labios pintados de rojo. Cabe mencionar que en el caso de las ilustraciones del género *ukiyo-e*, la idea de sensualidad de los autores últimos de las ilustraciones, o el público receptor originario podrían tener percepciones diferentes de la sensualidad, pero dejando esto de lado, hemos aplicado a estas ilustraciones los mismos criterios arriba explicados. En el caso de las cubiertas con mujeres, un 35 % se muestran sensuales, es decir, 45 cubiertas. En el caso de los hombres solo encontramos cuatro figuras que denotan sensualidad.

El quimono constituye un símbolo de Japón y especialmente de sus mujeres (aunque existen quimonos de hombre y de niños, lo cual es poco conocido). Esta prenda se relaciona popularmente con la figura de la *geisha* y con la idea de sensualidad que de ello deriva. Todo esto encaja con los estereotipos sobre Japón y la feminidad asiática, como hemos mencionado en el marco teórico.



**Figura 7. Atuendo tradicional en las cubiertas con figuras humanas.**

**Fuente: Elaboración propia.**

Como se observa en la Figura 7, en el corpus de este estudio encontramos 57 cubiertas con figuras femeninas que llevan el maquillaje y/o peinado característico de una *geisha* (o se le asemeja suficiente a ojos occidentales, por lo que, por economía visual usamos la etiqueta *geisha* en el gráfico) incluyendo quimono en la mayoría de los casos (en algunos el encuadre solo incluye la cara). Otras 23 figuras llevan quimono, pero el peinado y maquillaje es diferente, por lo que algunos lectores podrían no considerarlo como la imagen de una *geisha*. En el caso de las cubiertas protagonizadas por mujeres el quimono o caracterización de *geisha* supone aproximadamente el 50 %, con solamente 66 cubiertas con mujeres que no llevan quimono de un total de 130, datos que concuerdan con Serra-Vilella (2018, p. 154) donde se describe que el 57,7 % de las cubiertas con mujeres son marcadamente japonesas y situadas en la antigüedad (la diferencia se debe, en parte, a algunas mujeres que no llevan quimono pero la imagen remite a tiempos pasados).

Cabe mencionar que también abundan los quimonos en las cubiertas con hombres, concretamente en 41, lo que en su caso esto se relaciona con la figura del samurái. De estos hombres en quimono, 32 de ellos llevan además espadas u otros elementos que los caracterizan como samuráis, lo que supone aproximadamente la mitad de las figuras masculinas.

En total, aparecen quimonos en 127 cubiertas lo que frente a 122 sin esta prenda significa que aproximadamente la mitad de las cubiertas con figuras humanas incluyen quimonos (Figura 7).

## Conclusiones

Los resultados de este trabajo muestran una marcada preferencia hacia las figuras femeninas, que protagonizan aproximadamente la mitad de las cubiertas que incluyen personas, mientras que la otra mitad incluye las que contienen solo hombres, figuras de varios géneros y de género indefinido. Esto confirma la hipótesis inicial de que el otro japonés se presenta de forma feminizada, siguiendo los postulados de Said, y parece muy apropiado hablar de geosexualidad en el caso de la representación del otro japonés en España.

Si nos fijamos en los datos distribuidos de forma diacrónica, a pesar de que el número de cubiertas con figuras humanas anteriores al año 2000 es relativamente bajo (como también lo es el número de traducciones, que aumentan marcadamente en torno al cambio de siglo), a principios de los años noventa se observa una tendencia diferenciada, coincidiendo diferentes variables como predominio de la masculinidad, cierto aumento de temporalidad moderna y, quizás anecdótico pero significativo, la mujer robot de 1987 (img. 1). Interpretamos esto como una manifestación de un contexto en el que llega información de un Japón que al devenir fuerte económica y tecnológicamente (aunque esto llegue quizá con cierto lapso al sistema literario) que empieza a ser tratado como igual al sujeto, que es representado como masculino y moderno frente a un otro femenino y anclado en el pasado. Sin embargo, la representación feminizada perdura, quizá la recesión económica devuelve Japón a «su lugar», y solamente a partir del año 2000 se empieza a intuir una cierta tendencia a la baja en el porcentaje de feminidad.

La mujer japonesa aparece preeminentemente anclada en el pasado (51 % frente a 35 % de mujeres modernas) y marcadamente japonesa o asiática (80 %), lo que confirma la hipótesis de presentarse como un ente lejano al lector a través de la distancia temporal y la diferencia.

Los datos referentes al ángulo y la mirada muestran unas relaciones de poder desiguales, tanto entre el sujeto y el otro, como entre géneros. Más de la mitad de las figuras se presentan en un ángulo de igualdad, pero se observa una gran diferencia entre mujeres y hombres, pues las primeras se muestran en inferioridad en un tercio de las cubiertas, mientras que los hombres solo en un 20 % de los casos. Es decir, el hombre japonés se presenta como igual al espectador en un porcentaje superior (79 %) a la mujer (54 %). Respecto a la dirección de la mirada, no se observa una diferencia entre géneros, pero en ambos casos predominan las figuras miradas (80 %) frente a las mirantes (20 %). También destaca el hecho de que un tercio de las figuras femeninas miran hacia abajo, en una actitud que sugiere sumisión o tristeza a menudo.

Además, en las cubiertas donde aparecen figuras de los dos sexos, ellos ocupan una posición predominante, delante o por encima de la mujer, mirando hacia el frente mientras ella tiene la cabeza baja, con vestimenta moderna mientras la mujer viste de forma tradicional. Se trata de una narrativa visual muy

explícita ideológicamente. En esta línea, en las cinco primeras cubiertas con mujeres modernas observamos una correlación entre la modernidad, autoría femenina (las primeras traducciones de autoras, lo cual se remarca en el nombre de la colección) y casi ninguna de ellas muestra una especificidad cultural, es decir no tienen rasgos característicos japoneses. Esto demuestra que los distintos parámetros relacionados con la exotización son calibrados por los editores de forma coherente, lo que apunta a una línea ideológica detrás, sea más o menos consciente.

Destaca el hecho de que la figura masculina de referencia es un guerrero y la femenina una «prostituta» (probablemente la definición de *geisha* más difundida en occidente) lo cual refuerza aún más si cabe la jerarquía de género. Respecto a las connotaciones del quimono y la figura de la *geisha*, sería interesante realizar en el futuro un estudio mediante encuestas para comprobar hasta qué punto han cambiado o perduran estas ideas. A pesar de todo, la sensualidad en representación física se hace presente en un significativo 35 % de las cubiertas con figuras femeninas, lo cual confirma la afirmación mencionada en el marco teórico respecto a la sensualidad como característica en la representación del otro asiático.

El uso reiterado del quimono no es intrínsecamente negativo, pues es una prenda estéticamente bonita y de uso generalizado hasta la Segunda Guerra Mundial, pero el alto porcentaje de aparición (50 % de las cubiertas con figuras humanas) muestra una representación de un otro estereotipado y exotizado mediante no solo la elección de imágenes provenientes de la cultura de origen del texto, sino también de reelaboraciones (img. 5) basadas en estereotipos. Parece confirmarse en esa imagen que los estereotipos sustituyen al otro e impiden llegar realmente a él, pues es una edición suficientemente moderna como para que el responsable de ella pudiera acceder a información más auténtica si no considerara esa representación como apropiada.

En resumen, este análisis muestra una coherencia discursiva en torno a la imagen de la mujer japonesa que apunta a una base ideológica subyacente más que a la simple casualidad.

## Notas

1. Geosexualidad, según Crespín (2019, pp. 95-96), se refiere al «mecanismo de representación cultural del otro, territorial y geográficamente precintado —aquí, en la idea de «Asia»—, al que se le sobreponen símbolos culturales con carga normativa decretados con respecto a lo «femenino» o lo «masculino» desde el género como categoría histórico-social».

2. Incluido algún pequeño cambio de encuadre, tipografía del título, etc. En cambio, hemos considerado como imágenes diferentes variaciones como la escala de colores (el paso a blanco y negro), o cubiertas prácticamente idénticas pero de diferentes traducciones (la misma obra al catalán y al español, o diferentes obras que comparten una misma imagen).

3. Para ver las cubiertas incluidas en este análisis se puede consultar el anexo 5 de Serra-Vilella (2016).
4. Para más detalles sobre la clasificación de esta categoría y las dos anteriores, véase Serra-Vilella (2018).
5. En el caso de las cubiertas que se comentan pero que no se han podido incluir entre las figuras de este texto, incluyo una referencia a la página de mi tesis doctoral Serra-Vilella (2016) dónde se puede observar dicha cubierta.
6. Ilustración de cubierta: detalle de Alka Seltzer (1975) de Oscar Tusquets Blanca, óleo sobre tela, 110 × 140 cm. Colección: Andanzas, Barcelona. © Oscar Tusquets Blanca, 1991. De la fotografía: Fons Fotogràfic F. Català-Roca-Arxiu Fotogràfic de l'Arxiu Històric del Col·legi d'Arquitectes de Catalunya.

## Bibliografía

- Abe, K. (1994), *El rostro ajeno*, Madrid, Siruela.
- Amossy, R. (1991), *Les idées reçues. Sémiologie du stéréotype*, Paris, Nathan.
- Bell, P. (2000), «Content Analysis of Visual Images», en T. van Leeuwen y C. Jewitt, eds., *Handbook of Visual Analysis*, London, Sage Publication, pp. 10-34.
- Crespín Perales, M. (2019), «Cuestionando la geosexualidad y la representación cultural del otro. Una experiencia educativa con estudiantes junior y sénior», en M. I. Méndez Lloret, M. A. Granada, N. S. Miras y S. Turró, eds., *Actas III Congreso Internacional sobre Innovación Educativa en Filosofía*, Granada, Editorial Comares, pp. 92-99.
- Inoue, Y. (1991), *La escopeta de caza*, Barcelona, Círculo de Lectores.
- Ishihara, S. (2014), *La estación del sol*, Madrid, Gallo Nero.
- Katayama, K. (2008), *Un grito de amor desde el centro del mundo*, Madrid, Alfaguara.
- Kawabata, Y. (1962), *Una grulla en la taza de té*, Barcelona, Vergara.
- (1969), *El clamor de la montaña*, Barcelona, Plaza & Janés.
  - (1976a), *El Lago*, Barcelona, Plaza & Janés.
  - (1976b), *La casa de las bellas durmientes*, Barcelona, Noguer y Caralt.
  - (1978), *La casa de las bellas durmientes*, Barcelona, Noguer y Caralt.
  - (1987), *Lo bello y lo triste*, Barcelona, Salvat.
  - (2009), *País de neu*, Barcelona, Viena.
- Kirino, N. (2013), *Crónicas de una diosa*, Barcelona, Duomo.
- Kress, G. y T. Van Leeuwen (2006) [1996], *Reading Images: The Grammar of Visual Design* (2.<sup>a</sup> ed.), London, Routledge.
- Martín Lucas, B. (2005), «Saris, kimonos y otros fetiches de la feminidad: el viejo orientalismo en el mercado global», *Asparkia, Investigació Feminista*, 16, Castellón de la Plana, Instituto Universitario de Estudios Feministas y de Género Purificación Escrivano, pp. 95-114.
- Mishima, Y. (1983), *Sed de amor*, Barcelona, Noguer y Caralt.
- (2005), *Confesiones de una máscara*, Barcelona, Planeta-De Agostini.
  - (2014), *Vestidos de noche*, Madrid, Alianza.
- Murakami, R. (1982), *Azul casi transparente*, Barcelona, Anagrama.
- (1997), *Azul casi transparente*, Barcelona, Anagrama.
- Ning, S. (2014), «De la China legendaria al declive del Celeste Imperio: La representa-

- ción de China y su imagen literaria en la España del siglo XIX» [tesis doctoral]. Universitat Autònoma de Barcelona, <<http://hdl.handle.net/10803/285747>> (05/03/2020).
- Said, E. W. (2002) [1978], *Orientalismo*, Madrid, Debate.
- Serra-Vilella, A. (2016), «La traducció de llibres japonesos a Espanya (1900-2014) i el paper dels paratextos en la creació de l'alteritat» [tesis doctoral], Universitat Autònoma de Barcelona, <<https://www.tdx.cat/handle/10803/387230>> (05/03/2020).
- (2018), «The Other reflected in book covers: Japanese novel translations in Spain», *Cultura, Lenguaje y Representación*, 19, pp. 141-161.
- Tanizaki, J. (2001), *Hay quien prefiere las ortigas*, Barcelona, Círculo de Lectores.
- (2011), *Tatuaje*, Madrid, Rey Lear.
- Terol Rojo, G. (2008), «El legado desconocido», en P. San Ginés, ed., *Nuevas Perspectivas de investigación sobre Asia Pacífico. Valencia 2008*, Granada, Editorial Universidad de Granada, pp. 231-251.
- Togawa, M. (1987), *Lady Killer*, Barcelona, Ediciones B.
- (1991a), *La llave maestra*, Barcelona, Ediciones B.
- (1991b), *Lady Killer* (tapa blanda), Barcelona, Ediciones B.
- (1991c), *Lady Killer* (tapa dura), Barcelona, Ediciones B.
- (1995), *Lady Killer*, Barcelona, Salvat.
- Tsuji, H. (2009), *El Buda blanco*, Madrid, Alianza.
- Yoshimoto, B. (1991), *Kitchen*, Barcelona, Tusquets.
- (1994), *Kitchen*, Barcelona, Tusquets.