
This is the **published version** of the article:

Colomer Llombart, Sandra; Martí Escayol, Maria Antònia, dir. L'oni en la Segona Guerra Mundial : la deshumanització de l'enemic japonès i americà. 2015. (842 Grau d'Estudis de l'Àsia Oriental)

This version is available at <https://ddd.uab.cat/record/147084>

under the terms of the  license

FACULTAT DE TRADUCCIÓ I D'INTERPRETACIÓ

GRAU D'ESTUDIS D'ÀSIA ORIENTAL

TREBALL FI DE GRAU

L'ONI EN LA SEGONA GUERRA MUNDIAL

LA DESHUMANITZACIÓ DE L'ENEMIC JAPONÈS I AMERICÀ

SANDRA COLOMER LLOMBART

TUTOR

MARIA ANTONIA MARTÍ ESCAYOL

BARCELONA, JUNY DE 2015



Universitat Autònoma de Barcelona

ÍNDIX

1. Introducció	3
2. <i>ONI</i> I DIMONI.....	4
2.1. <i>ONI</i> JAPONÈS	4
2.1.1. EL PARADIGME DE MOMOTARO	5
2.1.2. L'ILLA DELS DIMONIS.....	9
2.2. DIMONI AMERICÀ	14
2.2.1. LE JAPONISME	14
2.2.2. ELS ARGUMENTS RELIGIOSOS	22
3. LA PROPAGANDA NORD-AMERICANA I JAPONESA.....	24
3.1. A QUI ES VA CONVERTIR EN <i>ONI</i>	24
3.2. A QUI ANAVA DIRIGIT	34
3.2.1. DINTRE DE LES FRONTERES	34
3.2.2. FORA DE LES FRONTERES	38
3.1. QUINA ERA LA INTENCIÓ	41
4. CONCLUSIONS.....	50
5. BIBLIOGRAFIA.....	52
6. ANNEX.....	53
A. Onmy d	53
B. Cicles de reencarnació del budisme	53
C. Tanuki	53
D. Momotaro: Les àligues de l'oceà.....	54
E. Momotaro: Les tropes divines de l'oceà.....	58
F. Tokio Kid Say.....	61

1. INTRODUCCIÓ

L'atac a Pearl Harbor per part de l'exèrcit japonès l'1 de desembre de l'any 1941 va significar l'entrada oficial de Japó a la Segona Guerra Mundial (IIGM). No obstant, la maquinària propagandística ja estava en marxa des de mitjans dels anys trenta. Aquesta propaganda formava part de la base de l'Esfera de Co-Prosperitat de la Gran Àsia Oriental que es va formalitzar al 1940. És a dir, que les primeres invasions al territori xinès a partir de l'any 1931 ja començaven a mostrar una propaganda encaminada a competir, des de l'esfera de les mentalitats, amb els estats occidentals. Un cop ja van entrar de ple a la IIGM, aquesta propaganda es va fer més important.

Per la seva banda, al bàndol americà hi havia present un estira i arronsa vers als japonesos. La por al *Yellow Peril* contrastava, a vegades, amb les aliances econòmiques i polítiques que s'anaven duent a terme. Aquesta dicotomia es pot exemplificar amb la pel·lícula muda *The Cheat*, de l'any 1915. Aquest film, quan va ser gravat, tenia com a personatge antagònic un home d'origen japonès, però la seva nacionalitat va ser canviada al cap de pocs anys ja que les relacions entre EE.UU i Japó eren favorables. Per tant, la dicotomia entre amic i enemic era molt present.

Com explica Barak Kushner, la propaganda no és un concepte senzill, sinó que s'han de tenir diversos elements en compte. Per una banda, la propaganda utilitza els sentiments i les emocions dels receptors per tal d'aconseguir una reacció. Aquesta gestió de les emocions es duu a terme de forma deliberada i, per tant, el que es busca és una acció concreta com a resposta. Això deriva en una forma de control de les masses, les receptores de la propaganda, causant canvis dins la societat. Aquesta propaganda pot ser, fins i tot, la responsable de que els individus de les masses quedin units per un mateix objectiu; demostrant, així, el poder que la propaganda exerceix en les persones. (Kushner, 2006: 4)

Segons aquest mateix autor, la propaganda, en certa forma, pot ser vista com un mode d'educar als individus, ja que pot fer que aquests adquireixin certs ideals i característiques. Propaganda i educació poden estar estretament lligats en certs períodes, però cal diferenciar el poder de la propaganda del de l'educació. Mentre que l'educació consisteix en l'adquisició d'uns coneixements que posteriorment l'individu és lliure de utilitzar-los o no; en la propaganda, la informació que s'adquireix està destinada a que hi hagi com a resposta una reacció. És a dir, hi ha una intencionalitat directe en la propaganda que no es troba en l'educació. Els mitjans de transmissió també són un element diferenciador

entre els dos. L'educació no es troba tant limitada per circular com ho està la propaganda. En la propaganda, els mitjans de comunicació i la tecnologia són els dos pilars que la sustenten, son els elements que serveixen per arribar a la població de forma més directe. (Kushner, 2006: 4)

En el present treball s'explorarà la propaganda realitzada durant la IIGM al Japó i a Amèrica. Ens centrarem en aquella que utilitzava la figura de l'*oni* -el dimoni japonès- per representar a l'enemic. El treball es dividirà en dos apartats principals: en el primer s'observaran els motius pels quals els japonesos han anat utilitzant la figura de l'*oni* per representar a l'altre; a més de donar resposta a la utilització per part dels americans d'aquesta mateixa figura demoníaca. La segona part del treball se centrarà en la propaganda realitzada durant el període bèl·lic, veient a qui anava dirigida, quins eren els personatges que es convertien en dimonis i quin era el missatge que volien transmetre. Finalment es presentaran les conclusions del treball.

2. ONI I DIMONI

Un dels objectius més importants de la propaganda és la de deshumanitzar a l'enemic. En una guerra l'enemic no pot trobar-se al mateix nivell que les persones per a qui s'està lluitant. És per aquest motiu que en la propaganda de guerra la caracterització del rival és completament diferent a la representació dels propis soldats i ciutadans (caracteritzats com a herois). El rival, per tant, estarà caracteritzat per tota una sèrie d'elements que el convertiran en no-humà i, així, la seva eliminació en el camp de batalla quedarà justificada. Per a dur a terme la deshumanització de l'enemic es poden utilitzar diversos recursos, com, per exemple, convertir-los en animals o en monstres. Aquesta segona opció és la que s'explorarà en el treball, però primer s'hauran de veure quins van ser els motius pels quals es va escollir aquest personatge en els dos països estudiats.

2.1. ONI JAPONÈS

L'aspecte més popular de l'*oni* és la d'una figura monstruosa, amb una o més banyes al cap i vestint un tapall d'estampat tigrat. Com s'explica en el treball de Noriko T. Reider (2003), aquesta imatge de l'*oni* s'ha anat mantenint al llarg dels segles, però no ha estat absent de petits canvis, tant en la seva forma física com en les propietats de caràcter més sobrenatural, com la capacitat d'emetre llum que a vegades mostraven alguns *oni*. El que també ha anat canviant és el mode en que ha estat percebut l'*oni*. En alguns moments

representava quelcom a témer i en altres ha representat una figura més agradable i pròxima.

2.1.1. EL PARADIGME DE MOMOTARO

Per entendre la figura de l'*oni* cal analitzar una figura principal de la cultura japonesa: Momotaro. L'*oni* i l'heroi Momotaro són dues figures que trobem entrelaçades al llarg de la tradició nipona i durant la IIGM hi ha un revifament de la seva presència i importància.

Durant el període de la IIGM, la imatge de Momotaro va ser una de les més importants, tant pel seu valor històric com simbòlic. Momotaro és el protagonista d'un dels contes tradicionals més populars de Japó. El conte relata com una parella d'ancians adopten com a fill un nen que ha nascut d'un préssec gegant que han trobat baixant d'un riu; aquest nen, Momotaro, creix i decideix anar a una illa plena de dimonis (*oni*) per salvar a la gent que aquests éssers han segrestat. Durant el camí es fa company d'un gos, un faisà i un mico i tots quatre derroten els monstres. (Hadland, 2008: 49-51) Aquesta història formava part de la literatura obligatòria que havien d'estudiar els nens de primària a partir de la revisió de l'educació que es va dur a terme durant la modernització del país nipó en el període Meiji. Tal i com explica Klaus Antoni, durant el període Meiji es va dur a terme una política nacionalista sostinguda en dos elements: l'exèrcit i l'escola. Els líders Meiji es van adonar que l'educació que oferien les escoles d'ensenyament bàsic eren el pilar principal per a la transformació nacional del país. En aquesta educació del nacionalisme japonès es va donar importància a la divulgació dels contes tradicionals nipons i, entre els primers de tots, es trobava el relat d'en Momotaro. (Antoni, 1991: 159-161)

L'elecció d'aquest relat no era només pel seu valor tradicional i històric, sinó també pel seu valor simbòlic. La simbologia en aquest cas és ben senzilla: Momotaro representa Japó i els dimonis són els enemics que Japó ha de derrotar. (Dower, 1986: 255) Per tant, no és d'estranyar que la figura de Momotaro anés apareixent repetidament al llarg de la IIGM com a imatge per a animar als japonesos. L'objectiu final era aconseguir que les persones que llegissin o veiessin la història de Momotaro es reconeguessin en ell, perquè Momotaro és Japó i Japó són els ciutadans. Tal i com es pot veure en les dues pel·lícules animades de 1942 i 1945, *Momotaro: Les àligues de l'oceà* i *Momotaro: Les tropes divines de l'oceà*¹, respectivament, l'heroi i els seus amics animals lluiten contra uns éssers demoníacs, els quals són una caricatura dels occidentals. (Antoni, 1991: 166)

¹ Annex – D. Momotaro: Les àligues de l'oceà i E. Momotaro: Les tropes divines de l'oceà

Ara bé, la història d'en Momotaro, la seva estructura, ha estat un recurs utilitzat repetidament al llarg del temps per narrar esdeveniments històrics de Japó. En la recollida d'històries de Takizawa Bakin, *Enseki zasshi* (1811), es troba per primer cop escrit el relat de Momotaro. En les anotacions del compilador, s'explica que existiria un paral·lelisme entre la figura de Momotaro i la d'un heroi de finals del segle XII, Minamoto no Tametomo. En la llegenda d'aquest heroi que s'explica al *Hougen Monogatari*², Minamoto no Tamemoto va ser exiliat a les illes d'Izu³. A la perifèria d'aquest grup d'illes que formaven la regió d'Izu va trobat a tot un grup de persones a qui va considerar, per les seves característiques físiques, descendents d'*oni* i, els propis nadius, van afirmar-ho. En poc temps, Minamoto no Tamemoto va aconseguir el poder de l'illa i va convertir-la en tributària de la resta del grup d'illes d'Izu. (Antoni, 1991: 167-168)



Mapa Izu i Okinawa (Imatge 1)

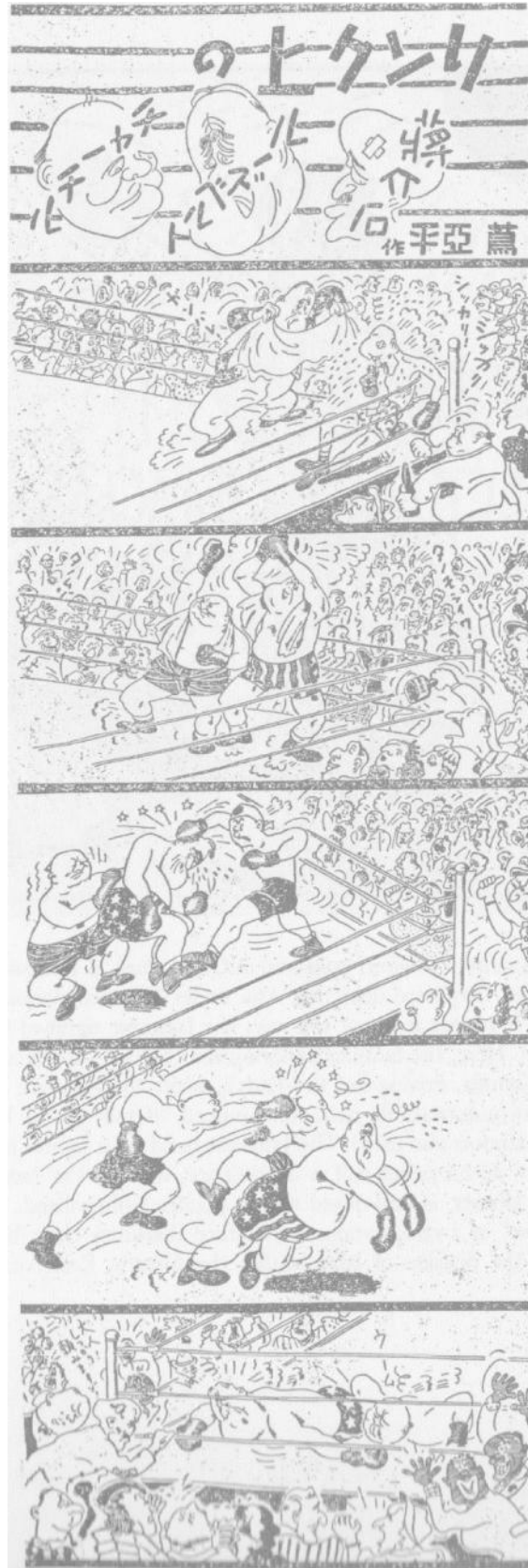
En una altra versió de la llegenda de Minamoto no Tamemoto s'indica que l'illa que va trobar no formava part d'Izu, sinó que la situava molt més lluny, a Okinawa. Les regions perifèriques es van convertir en territoris per descobrir i van anar apareixent herois que van anar descobrint aquests territoris. A Minamoto no Yoshitsune, el vencedor de la

² Considerat que va acabar d'escriure's en el període Kamakura, al 1320.

³ *Mapa Izu i Okinawa* (Imatge 1)

batalla *Dan no Ura* (1185) també se li atribueixen victòries contra oni i el subseqüent domini del territoris. Una llegenda assegura que les Illes Kuriles van acabar sota domini japonès gràcies a l'acció d'aquest home; la més coneguda de les històries llegendàries que envolten Minamoto no Yoshitsune diu que les terres on va arribar era Hokkaido i, per tant, els individus que es van considerar *oni* eren els ainu. (Antoni, 1991: 173-174) Trobem, per tant, que el relat de Momotaro ha estat utilitzat per explicar com Japó ha anat descobrint el món que l'envolta i que, a més, a posat sota el seu control. Seguint aquesta idea, el Momotaro que apareix durant la IIGM és un personatge que també surt de les fronteres de Japó per aconseguir el control d'un territori. La pel·lícula de l'heroi japonès de 1942, *Momotaro: Les àligues de l'oceà*, és una fusió entre el conte tradicional i l'atac a Pearl Harbor; mentre que la pel·lícula de 1945 és una metàfora de la missió alliberadora que s'havia proposat Japó al territori asiàtic. En ambdues pel·lícules Momotaro és l'únic personatge que té una aparença humana; els animals que l'acompanyen tenen una actitud més humana que la dels *oni*, els quals tot i tenir certes semblances físiques humanes, són representats com éssers deformes.

Durant els anys quaranta, la població japonesa es va veure bombardejada amb la figura de Momotaro, representada a diversos mitjans, tant llibres com revistes, pòsters o pel·lícules. Aquesta figura va ser presentada com un personatge jove i vigorós. Es volia, així, associar una figura coneguda amb l'esperit de renovació i modernitat que desitjava el país, a més de representar la victòria japonesa vers els enemics. (Dower, 1986: 256-257) A part de les pel·lícules mencionades, també serveix d'exemple la tira còmica *Combat de boxa* (Imatge 2) on es veu com un atlètic Momotaro guanya en combats de boxa a líders polítics enemics de Japó, com Chiang Kai-shek, Churchill i Roosevelt.



Combat de boxa (Imatge 2)

2.1.2. L'ILLA DELS DIMONIS

L'*oni* és una de les figures més populars de la cultura japonesa, però la seva interpretació és complexa. Aquest ésser era percebut com una figura poderosa i temible, però això no implicava que fos una criatura malèvola. Això implica que la traducció d'*oni* com a “dimoni” o “monstre” al català no sigui del tot encertada, ja que aquests termes tenen de per sí connotacions negatives. (Smits, 2002)

Existeix un consens general en considerar que la figura de l'*oni* provindria del budisme, però no és l'únic context on trobem figures demoníiques similars (com a l'*Onmyō dō*⁴). Ara bé, segons alguns autors l'*oni* no tindria en essència una procedència exterior (Xina), sinó que seria natural de Japó. (Reider, 2003: 134) Els escrits literaris de l'aristocràcia del període Heian (794-1185) demostren que les persones creien fervorosament en l'existència dels *oni* i, a més, els temien. Les consideraven criatures destructores i, per això, sempre eren associades a fenòmens naturals que causaven danys, com per exemple les tempestes. Per a trobar l'origen d'aquestes figures cal tenir en compte diverses opcions dins de la pròpia tradició cultural del període Heian. (Smits, 2002) Una d'elles és la figura del *kami*, forces espirituals amb gran poder. Aquests *kami* usualment eren forces benignes, però també n'existirien d'altres que atacarien a les persones, anomenats *mono*. (Reider, 2003: 134)

Altres éssers malignes que també s'associaven a la figura de *oni* eren aquells que es creaven quan una persona moria, però el seu esperit es transformava i tornava al món dels vius per crear caos. Una història que explica aquest fet està contextualitzada al període Heian, ens referim a la del personatge de Sugawara no Michizane (845-903). Aquest intel·lectual i polític va aconseguir la posició de ministre dins del govern Fujiwara, tot i ser un opositor a aquest grup. A causa de la seva falta de suport cap als Fujiwara, Sugawara no Michizane va ser acusat falsament i se'l obligà a exiliar-se a Kyushu, on va morir al poc temps d'arribar. Poc temps després una tempesta, segons les creences de l'època, associada al poder d'un *kami* va caure sobre la capital i va matar a tots aquells que havien acusat a Sugawara no Michizane. Es va considerar que l'esperit enrabiad de Sugawara no Michizane s'havia convertit en un *oni* i, per aplacar-lo, la cort imperial va

⁴ Annex – A. Onmyō dō

convertir a la figura de Sugawara no Michizane en un *kami* venerat en santuaris⁵. (Smits, 2002)

Per altra banda, el budisme forma part de la cultura Heian (i japonesa). El budisme va entrar al Japó al 552 des de la península coreana i va anar augmentant el seu nombre de practicants al llarg dels anys, fins a assolir un nivell similar d'importància a la “religió nativa” de Japó, el shintoisme. Entre les figures que es van portar des del continent hi ha diversos éssers que s'han associat a l'origen de l'*oni* o que s'han considerat, posteriorment, que eren *oni*. Per una banda hi han els *gaki* o fantasmes famolencs⁶. Aquests éssers són una de les sis formes del cicle de reencarnació del budisme⁷, els quals es creen quan una persona molt cobdiciosa mor i reneix com a fantasma. La seva aparença és la d'una figura amb una gran panxa, una boca petita i un coll tan llarg que els dificulta engolir; com que eren cobdiciosos en vida, en mort estan condemnats a estar obsessionats en certs objectes o substàncies, com cadàvers o excrements. També trobem el guardians de l'infern, els quals són la representació més comuna de l'*oni*⁸; i finalment hi ha el propi rei de l'infern, el rei Enma⁹, associat a la figura de l'*oni*. (Smits, 2002)



Gaki (Imatge 3)

⁵ Actualment és conegut com Tenman Tenjin, Kami dels escolars i la literatura que ajuda a passar els exàmens

⁶ *Gaki* (Imatge 3)

⁷ Annex – B. Cicles de reencarnació del budisme

⁸ *Guardià de l'infern* (Imatge 4)

⁹ *Rei Enma* (Imatge 5)



Guardià de l'inferrn (Imatge 4)



Rei Enma (Imatge 5)

Com s'ha vist, el període Heian va ser un moment en que la figura de l'*oni* es va consolidar, però també en el període Nara (710-794) trobem una figura que podria ser considerada l'origen de l'*oni*. En una de les escenes del *Kojiki*¹⁰ (711-712) es situa la història al *Yomi no kuni* o el món del morts, on Izanami ha anat a parar al morir donant llum al déu del foc. El seu marit i germà, Izanagi, la vol ressuscitar i la va a buscar al *Yomi*; se li diu que per tornar-la al món dels vius l'ha de guiar sense mirar-la fins a l'exterior, però al final sucumbeix a la temptació i mira endarrere. Llavors uns éssers anomenats *yomotsushikome* se l'emporten (Reider, 2003: 134).

El problema que rodeja l'origen de l'*oni* es que abans de l'arribada del budisme ja existien figures que, en l'actualitat, es podrien considerar com a *oni*, però aquestes figures mai eren anomenades com a tal. No és fins a l'arribada del budisme i la seva consolidació en el territori japonès que la figura de l'*oni* es consolida. Durant el període medieval, la figura de l'*oni* es va propagant a altres éssers, és a dir, que altres criatures del folklore japonès es van presentant amb característiques que pertanyerien a l'*oni*. Però el cas més interessant és l'*oni* que es troba dins la societat.

Una altra definició que es fa de l'*oni* consisteix en considerar-lo com aquell que tenia unes costums diferents i que estava fora del poder de l'emperador (Reider, 2003: 135). Aquesta definició pot fer referència a dos tipus diferents de persones. En primer lloc hi haurien les persones de dins de la mateixa societat japonesa que actuarien de mode diferent a la resta i es consideraria que amb les seves accions es destorbava la vida diària de la resta de la societat. És per aquest motiu que es creia que els *oni* podien aparèixer en qualsevol lloc, ja sigui a zones rurals o urbanes. La persona o grup de persones que rebutjaven el règim establert per l'emperador eren acusades de ser *oni* i, al mateix temps, aquestes persones acabaven auto-anomenant-se *oni*, per tal de crear por contra els seus enemics. Al llarg de la història de Japó el nombre d'*oni* que van apareixent o albirant va canviant segons el poder que té l'emperador. En altres paraules, quan el règim de l'emperador és fort, hi ha pocs albiraments d'*oni*, és a dir, que les persones no tenen la força necessària per oposar-se; mentre que quan el poder del govern es dèbil, hi ha més persones que són capaces d'oposar-se i, en conseqüència, hi ha més *oni*. (Reider, 2003: 140) També cal incloure en aquesta primera categoria d'*oni* aquelles persones que tenien algun tipus d'estigma per les seves característiques físiques. Com a exemple presentat en

¹⁰ Llibre més antic sobre la història de Japó.

el treball de Reider (2003: 140-141) es considerava que eren fills d'*oni* els nens que naixien amb dents i, en conseqüència, eren abandonats en boscos o monestirs o eren directament assassinats pels seus pares.

En segon lloc, la descripció anterior de l'*oni* podia fer referència als estrangers. Aquesta versió és la que s'ha pogut veure en l'apartat anterior sobre Momotaro. Minamoto no Tamemoto considerava que els habitants de l'illa que va trobar eren *oni* pel fet que el seu aspecte físic era diferent, ja fos pel color de la pell com pel tipus de vestimenta que portaven; com també pel tipus de costums que practicaven, les quals diferien de les pròpies. Una altra referència a un territori habitat per *oni* es fa en un dels llibres de guerra més importants, el *Heike Monogatari* (segle XIV). En aquest s'indica que unes persones van ser desterrades a una illa habitada per *oni*, persones amb aspecte estranys, que no sabien parlar japonès ni tenien coneixements de ramaderia. Aquest territori demoníac el situaven a 40 quilòmetres de Satsuma, la part més occidental de Japó (Antoni, 1991: 171-172), per tant, pels japonesos hi havia la il·lusió de que fora de les seves fronteres i si el territori no era conegut (com Xina i la península coreana), constituïa un altre món on els seus habitants eren *oni* o descendents dels *oni*.

La concepció d'una illa habitada d'*oni* és una visió etnocèntrica per part dels japonesos, ja que els *oni* només serveixen per senyalar la diferència entre “japonesos” i “estrangers”. Per tant, no hi ha d'haver per necessitat una illa per tal de que existeixi una “illa habitada per *oni*”. Això es pot observar en la llegenda del Ministre Yurikawa, el qual va ser enviat a Kyushu per enfrontar-se contra els mongols. El que destaca en aquesta història és que tot i saber que els mongols provenien del continent, es considerava que aquest grup provenia d'una illa i que ells eren *oni*. (Antoni, 1991: 175) Aquí es reforça la idea etnocèntrica del concepte de l'*oni*, ja que no hi ha cap problema en traslladar l'*oni* i la seva illa a qualsevol part del món, perquè al que es vol fer és crear una metàfora caps als estrangers. Això es traslladarà als enemics de la IIGM. Es considerarà que els EE.UU. era una illa habitada per *oni*.

Durant la IIGM, Japó va convertir a les Forces Aliades en *oni*, però a diferència del que s'ha explicat anteriorment, aquesta *onificació* va ser forçada. En anterioritat, quan s'utilitzava la figura de l'*oni* per indicar que algú o un grup de persones eren antagòniques al poder o simplement eren diferents al que es coneixia, era un procés popular. És a dir, quan es convertia a algú en *oni* es feia a través d'un procés lent, sense intervenció

intencionada del govern, basat en la tradició popular i a través de la població. Però el cas durant la IIGM és significativament diferent. Durant aquest període no va ser la població qui va transformar a l'enemic en *oni*, sinó que va ser el mateix govern japonès qui va fer el procés d'*onificació*. La intencionalitat de l'acte era degut a l'agenda nacionalista del govern, el qual volia unificar la seva població i utilitzar un enemic extern és un recurs universalment recurrent. (Reider, 2003: 148) Segons Reider, curiosament, el malvat *oni* que eren els EE.UU. es va convertir en un benvolent *oni* un cop va acabar la guerra. (Reider, 2003: 148-149)

2.2. DIMONI AMERICÀ

La desconfiança que existia vers als japonesos per part dels americans ja era present abans de que esclatés el conflicte bèl·lic. Aquesta desconfiança i malestar venia donada per un element racista i per això en la propaganda contra els japonesos es va poder observar el *Yellow Peril* que constituïen els japonesos. El mecanisme més utilitzat per humiliar-los era caracteritzant-los com a animals, principalment primats; però també van utilitzar una altra figura per convertir a tots els japonesos en éssers inhumans, els van convertir en dimonis. Però aquests dimonis no tenien una aparença de dimoni cristià, sinó que la seva fisonomia recordava als *oni*.

2.2.1. LE JAPONISME

El Comodor Perry va arribar a les costes nipones al 1852 amb la missió d'obrir Japó al comerç americà. No va ser fins a un any després que finalment Japó va decidir que el millor que calia fer era tornar a obrir el seu territori a altres països. És ben conegut que a partir d'aquell moment Japó va començar una carrera per modernitzar-se, adquirint i adaptant tot d'elements provinents d'aquells països considerats més moderns que ells. No obstant això, Japó també va començar, a partir d'aquell any, a enviar part de la seva cultura fora de les seves fronteres. A Europa i Amèrica hi havia, a més, una fascinació per tot allò que provenia d'Orient, però Japó constituïa una cas especial. Des de l'arribada dels primers missioners al territori japonès al segle XVI, Japó va sorprendre per no ser com la resta de veïns asiàtics, fins al punt que en els primers anys se'ls consideraven "blancs"; però aquesta igualtat va desaparèixer de seguida i el que es va considerar era que els japonesos, comparats amb els europeus, estaven a l'inrevés, feien les coses totalment oposades als occidentals. Aquest aspecte únic dels japonesos, sumat a la fascinació en

general per Orient, va fer que quan Japó va tornar a obrir-se al món, hi hagués un gran interès en ell. (Dower, 1986: 94-94)

L'art japonès va començar a tenir popularitat i, a cada any que passava, es podien trobar més objectes de procedència nipona, culminant amb l'Exposició Mundial de París de 1867, on Japó va tenir un apartat propi. Artistes de tot tipus es van veure influenciats: l'òpera *Madama Butterfly* (1904) de Giacomo Puccini, el qual es va inspirar en la novel·la de Pierre Loti, *Madama Chrysanthème* (1887); quadres de *James Tissot* (Imatge 6) mostren com les persones es trobaven interessades en els objectes japonesos o el quadre *La princesa del país de la porcellana* (1863-1864) de *James Abbott Whistler* (Imatge 7) mostra a una dona occidental vestida amb un *kimono* i envoltada d'objectes japonesos.



James Tissot (Imatge 6)



James Abbott Whistler (Imatge 7)

Una de les tècniques més celebres del Japó és l'*ukiyo-e*¹¹. Aquest no era una estil d'art elitista al Japó, sinó que era una tècnica més o menys popularment utilitzada, la qual es trobava en llibres, cartells d'obres *kabuki*, postals, etc... És a dir, que no tindria el mateix nivell d'exclusivitat que tindrien les obres occidentals. Però van ser els pintors occidentals qui van veure en l'*ukiyo-e* una font d'inspiració per a les seves pintures. Artistes tan coneguts com Clade Monet o Vincent Van Gogh van reproduir en els seus quadres, elements que provenien del Japó, com un *biombo*, o directament van reproduir exactament pintures japoneses, com *El pont hashi a Atake sota una pluja sobtada*¹². El més interessant de l'*ukiyo-e* és que hi havia una gran varietat d'escenes temàtiques, les quals anaven des de moments de la vida quotidiana dels ciutadans, a escenes més fantàstiques, on apareixien la àmplia fauna monstruosa de la cultura japonesa. Els monstres japonesos eren un element que formaven part la vida dels japonesos i això es va veure reflectit en l'art que va arribar a Europa i Amèrica.



Hiroshige i Van Gogh (Imatge 8)

¹¹ Gènere de gravats produïts al Japó entre els segles XVII i XX.

¹² *Hiroshige i Van Gogh* (Imatge 8)

Una altra forma amb la que Occident es va apropar a la cultura japonesa i al seu món fantàstic va ser amb persones europees o americanes que van a anar allà a viure. Una d'aquestes va ser Lafcadio Hearn (1850-1904), el qual va arribar al Japó al 1890 com a reporter, però va perdre la feina al cap de poc. Va decidir quedar-se, es va convertir en professor d'escola i després va ensenyar literatura anglesa en universitats japoneses. El que més destaca de Hearn és que va escriure sobre la vida japonesa i va fer diverses publicacions on s'explicaven les peculiaritats de Japó. Tot i que a vegades se l'ha criticat de mostrar una visió exòtica del país, en aquell moment era una de les poques fonts occidentals directes que existien i, per tant, els seus escrits van tenir èxit. Entre les seves obres més famoses hi ha *Kwaidan* (1903), un recull d'històries de fantasmes i monstres japonesos que va tenir molt d'èxit tant fora com dins de Japó, ja que algunes de les històries encara no havien estat recollides en paper. (Pulvers, 2014)

Al mateix temps que Occident representava Japó, els europeus i americans es van poder veure representats en l'art japonès. Els portuguesos, els primers europeus amb qui va entrar en contacte Japó al segle XVI, ho van fer amb uns vaixells que tenien un color fosc¹³; per això es va utilitzar el terme “vaixell negre” (*kurofune*) quan es referien als occidentals. Però els “vaixells negres” més coneguts són amb els que el Comodor Perry va navegar fins a les costes de la prefectura de Kanagawa (al sud de Tokyo) per obligar al japonesos a obrir les seves portes. Aquests bucs eren significativament diferents als que estaven acostumats els japonesos en les seves representacions, ja que el *Mississippi*, el *Plymouth*, el *Saratoga* i el *Susquehanna* eren vaixells de vapor en rodes¹⁴. Aquesta diferència es va veure reflectida en les pintures que els japonesos van fer d'aquests bucs, tal i com es pot veure en l'obra titulada *Vaixell negre* (Imatge 11), el qual té un aspecte més sobrenatural que l'anterior. Si s'observa a la part esquerra de la imatge, es pot veure que un dels tripulants del buc està volant. Això podria ser una referència a la figura del *tengu*.

¹³ *Vaixell dels portuguesos* (Imatge 9)

¹⁴ *Vaixell americà* (Imatge 10)



Vaixell dels portuguesos (Imatge 9)



Vaixell americana (Imatge 10)



Vaixell negre (Imatge 11)

El *tengu* (Imatge 12) és un ésser relacionat amb el budisme és antropomorfa, és alat i és caracteritzat amb un nas llarg. Existirien certes similitud entre aquesta figura i la de l'*oni*, ja que tots dos han estat vistos en certs moments com a criatures destructores i, en altres, considerades benèvoles. En el cas del *tengu*, la seva visió positiva ve lligada a que aquests éssers es van començar a associar amb la figura de monjos budistes i a que es dedicaven a ensenyar coneixements a les persones. Quan els americans van arribar al 1942, els japonesos es van adonar de la superioritat tecnològica que posseïen, però al mateix temps, van advertir que podien aprendre els seus coneixements, com el *tengu* a les persones. Fins a aquell moment, els occidentals eren retratats en l'art japonès de forma més o menys realista, però a partir de mitjans del segle XIX la seva fisonomia es va transformar, fins a recordar a la d'un *tengu*¹⁵. (Smits, 2002)

¹⁵ Occidentals amb el nas llarg (Imatge 13)



Tengu (Image 12)



Occidentals amb el nas llarg (imatge 13)

2.2.2. ELS ARGUMENTS RELIGIOSOS

A principis dels anys quaranta el govern dels EE.UU. va demanar al director Frank Capra (1897-1991) que produís una sèrie de documentals orientatius per a ser visionats pels soldats americans. Quan el primer va ser realitzat (*Prelude to War*) al 1942 es va decidir que també serien projectats als cinemes per a que la població civil també els pogués veure. Així va néixer *Why We Fight*, pel·lícules que, apart d'explicar la guerra, també servien per motivar a les persones. Aquesta sèrie de pel·lícules es van fer amb materials d'arxiu que provenien de l'enemic, és a dir, que van aconseguir cintes de pel·lícules, anuncis, reportatges que provenien tant d'Alemanya, Itàlia i Japó per així mostrar la verdadera essència de l'enemic. No utilitzaven materials propis, sinó que amb muntatges, deixaven que l'enemic “parlés per ell sol”. En aquestes pel·lícules es presentaven les dicotomies que representaven els dos bàndols enfrontats: llibertat i esclavitud; civilització i barbàrie; vida i mort; bé i mal. (Dower, 1986: 16-17)

La percepció que hi havia als EE.UU. sobre la guerra que s'estava produint al continent europeu era diferent a la que s'estava produint als mars de l'oceà Pacífic. La guerra contra Japó es percebia com una guerra entre els ideals occidentals i els orientals, en els quals entraven qüestions de raça, cultura i religió. La IIGM es va presentar com una “guerra santa”, en la qual es defensaven els valors cristians o occidentals. No s'establia una diferència entre els dos termes, la qual cosa va provocar desconfort per part de països com Xina, que no tenia cap mena de tradició cristiana, però que estaven lluitant contra els

japonesos juntament amb les forces aliades. Aquesta idea de incloure la religió com a motiu de guerra venia per la diferenciació de les persones en races i la por que es tenia de les societats asiàtiques. (Dower, 1986: 3,7)

El *Yellow Peril* era el nom que havien donat els americans i europeus a la por que tenien a la gran massa de immigrants asiàtics que van arribar a les seves terres a partir de finals del s. XIX. Es temia que tots aquests immigrants acabarien ocupant tots els espais que ocupaven els occidentals i que, a més, acabarien imposant les seves costums eradicant la cultura occidental. La pintura de *James Abbot Wilhelm* (imatge 14), *Gent d'Europa, guardeu els vostres bens més preuats* (*Völker Europas, wahrt eure heiligsten Güter*) ens mostra a les nacions europees personificades en deesses gregues que estan escoltant com l'arcàngel Miquel (Alemanya) adverteix sobre el perill que s'estava apropant en forma de Budha. Aquí el budisme representava els xinesos i als japonesos, els grups més nombrosos que van migrar. L'arcàngel no és l'únic element cristià que apareix, sobre les deesses gregues hi ha l'aparició d'una creu, per tant, aquí es mostra una “guerra santa” entre el cristianisme i el budisme.



James Abbot Wilhelm (imatge 14)

A partir d'aquí ja es pot veure una relació entre el cristianisme i les societats asiàtiques, les quals són vistes com l'antítesi a aquesta religió que representa Occident. Per tant, es pot establir una relació entre aquesta visió religiosa i l'ús de la figura de l'*oni* en la propaganda americana. Tot i les transformacions que s'han presentat en apartats anteriors sobre la visió de la figura de l'*oni*, els occidentals l'han considerat com un dimoni, perquè la seva aparença els hi ha recordat a un. L'han traduït com a dimoni i, per tant, se l'hi han adherit totes les connotacions que un dimoni cristià té en la societat occidental. El fet de considerar la IIGM com una “guerra santa” va fer que a l'hora de representar els japonesos utilitzessin una figura que al mateix temps que indiqués el seu nivell inhumà i malèvol, fos una representació tradicional japonesa que podia indicar maldat.

3. LA PROPAGANDA NORD-AMERICANA I JAPONESA

En la guerra moderna no només lluiten els soldats en els camps de batalla, sinó que la població civil també hi participa, perquè també s'està lluitant per les idees del propi país. Això implica un alt grau de nacionalisme i, en conseqüència, un gran menyspreu vers a l'enemic, es a dir, que l'enemic s'ha de convertir en quelcom que no sigui humà per així ser el pol oposat al propi estat. (Navarro, 2010) Tant Japó com EE.UU. van convertir l'altre en *oni*/dimoni en la seva pròpia propaganda de guerra, però no ho van enfocar de la mateixa manera.

3.1. A QUI ES VA CONVERTIR EN ONI

El primer element que s'analitzarà serà a qui van convertir en una figura demoníaca en la propaganda japonesa i americana. Tot i que els dos estats van utilitzar repetidament la mateixa figura, no ho van fer del mateix mode.

En les diverses imatges de la propaganda nipona, quan es convertia a l'enemic en un *oni* normalment s'utilitzava a un individu en concret, en aquest cas, els líders dels països occidentals. Es poden trobar exemples en que el personatge es veu clarament que és un *oni*, com en *Màscara de Roosevelt* (Imatge 15) o altres on és més difícil percebre els elements demoníacs, com a *John Bull a l'Índia* (Imatge 16). Al primer exemple es pot observar un *oni* que té una màscara de Roosevelt i en el segon es poden veure unes petites banyes sortint de sota el barret que porta John Bull¹⁶. Amb aquestes representacions, els japonesos volien donar a conèixer als seus ciutadans la veritable naturalesa dels líders enemics: uns personatges que estan enganyant a la gent i manipulant-la. Japó, en aquesta

¹⁶ Personificació del Regne Unit

situació, es veu en l'obligació de donar a conèixer la verdadera naturalesa d'aquestes éssers i això és el que es mostra a *Churchill i Roosevelt* (Imatge 17). En aquesta, el que es pot veure és com avions japonesos estan deixant al descobert la verdadera identitat de Roosevelt i Churchill. Roosevelt té a la part de darrere del seu cos la part posterior d'un cavall, una indicació de maligne en el folklore japonès; i en Churchill es mostra que té la mitat del cos d'un *tanuki*¹⁷. (Smits, 2002)

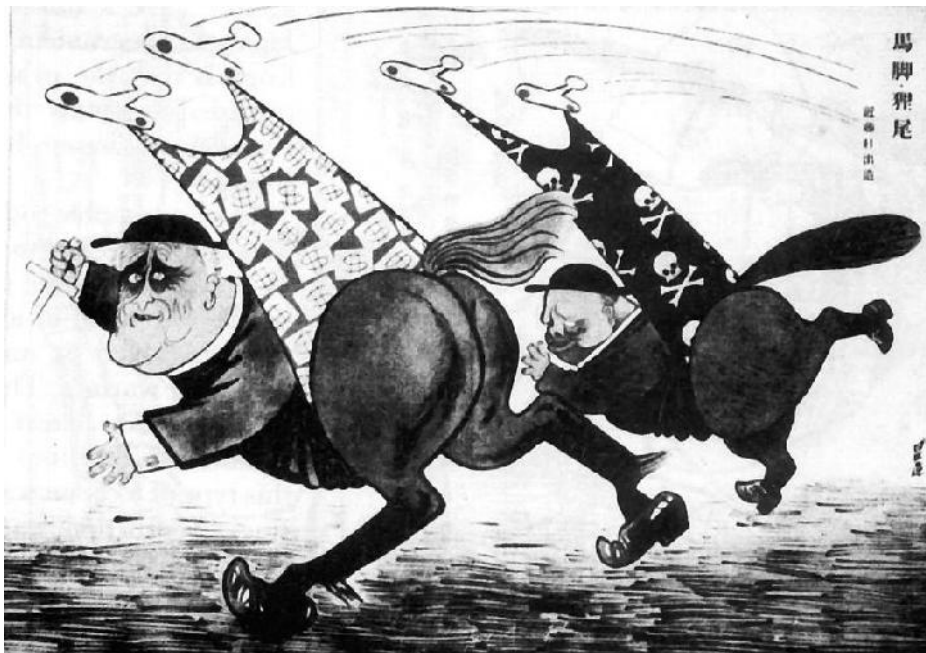


Màscara de Roosevelt (Imatge 15)

¹⁷ Annex – 3. Tanuki



John Bull a l'Índia (Imatge 16)



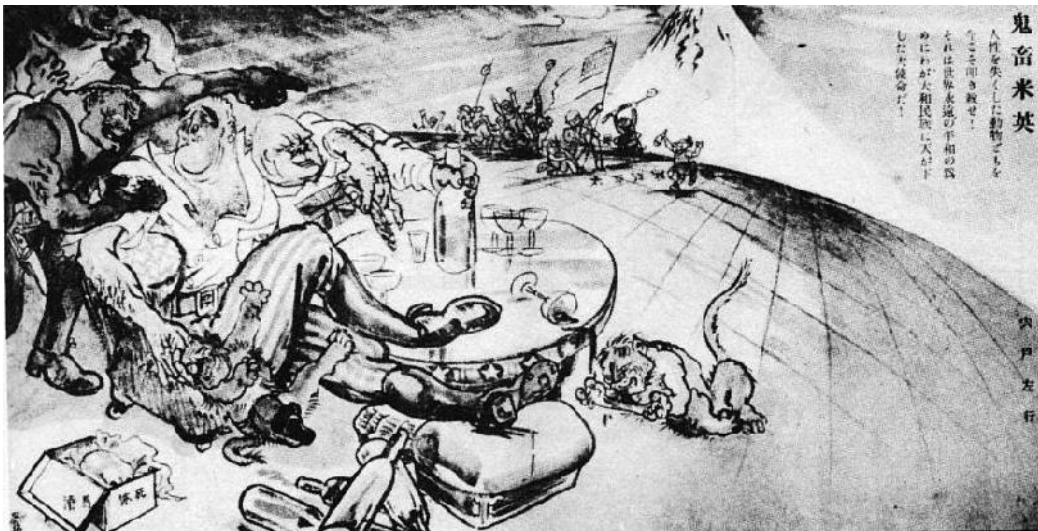
Churchill i Roosevelt (Imatge 17)

No només s'ataca als líders, sinó que també es produeix una ofensiva contra els seus ideals. En la imatge anterior s'ataca al capitalisme i l'ambició d'aconseguir diners. Aquest és precisament un dels punts que criticaven els japonesos sobre les idees que havien portat els occidentals a Àsia, l'economia capitalista en que només interessaven els diners i consideraven que això era un mal que estava afectant Àsia per culpa seva. També es podria veure una crítica a la religió cristiana amb el punyal en forma de creu que porta Roosevelt a la mà i això podria ser una reminiscència de la prohibició del cristianisme i l'expulsió dels missioners al segle XVII, ja que es creia que els practicants causaven inestabilitat a la societat japonesa. En una altra imatge on es pot veure a un líder amb forma d'*oni* i que a més constitueix una crítica als valors occidentals és *Estàtua de la Llibertat* (Imatge 18). Aquí es veu a Roosevelt cremant un paper on hi ha escrit “democràcia” amb una torxa on hi ha escrit “dictadura”; per tant, aquí Japó està criticant els suposats valors que defensen els EE.UU., però que en veritat només és una il·lusió creada per un monstre. (Navarro, 2010)



Estàtua de la Llibertat (Imatge 18)

En menor mesura, Japó també va convertir en *oni* als americans, però ho va fer centrant-se en un grup específic: els soldats. A *Americans* (Imatge 19) es mostra a un grup de soldats que estan descansant i passant l'estona bevent i fumant quan al fons de la imatge es veuen combats. Així es demostrava que els americans tenien una actitud despreocupada vers al que pels japonesos era un fet molt important. Altres mostres de la transformació dels soldats es poden veure en les pel·lícules de Momotaro de 1942 i 1945. A la primera, la caracterització monstruosa dels soldats és molt palpable amb l'aspecte deforma, el color pàl·lid de la pell i la banya que els hi surt del front¹⁸; en la segona, en canvi, el seu aspecte no té una caracterització tant semblant a la d'un *oni*, però com que es té a Momotaro¹⁹ com a referent de com és un ésser humà, llavors es pot veure que aquests soldats són deformes²⁰.



Americans (Imatge 19)

¹⁸ Pel·lícula 1942, *occidentals* (Imatge 20)

¹⁹ Pel·lícula 1945, *Momotaro* (Imatge 23)

²⁰ Pel·lícula 1945, *occidentals* (Imatge 24)



Pel·lícula 1942, occidentals (Imatge 20)



Pel·lícula 1945, Momotaro (Imatge 23)



Pel·lícula 1945, occidentals (Imatge 24)

Aquest atac individualitzat que presenta Japó no es troba a la propaganda realitzada als EE.UU., on l'atac es dirigia a tots els japonesos. Si s'observa la propaganda de guerra que va crear els EE.UU., es pot veure una diferència entre la que va fer dirigida contra els enemics europeus i la que va fer contra Japó. Els enemics europeus es van centrar en les figures de Hitler i els nazis i, a més, feien una distinció entre els “bons alemanys” i els “mals alemanys”; és a dir, que entre els alemanys, els únics dolents eren els nazis. També hi havia el concepte de el “bon japonès”, però aquest anava lligat amb frases com “és el que està mort des de fa sis mesos”. Per als americans a Àsia hi havia les “bones nacionalitats” i les “males nacionalitats”, fent referència al grup bo a aquells que estaven lluitant contra els japonesos (xinesos i filipins) i al dolent exclusivament als japonesos. (Dower, 1986: 78-79)

Aquesta diferència entre Hitler i nazis i japonesos es fa palpable en les imatges dibuixades en la propaganda. En *Hitler i Hirohito* (Imatge 26) es pot veure com Hitler té una aparença normal, mentre que la de Hirohito està totalment caricaturitzada. Aquest

contrast és més marcat quan s'observa que l'actitud de convertir a l'altre en enemic és totalment diferent entre els dos grups d'enemics. Quan s'enfocava l'atac cap als japonesos, una de les formes més recurrents que van utilitzar els americans va ser la de convertir-los en simis. Utilitzant aquest animal, els EE.UU. volien degradar els japonesos a éssers no-humans, els convertien en una altra raça²¹. Mentre que les poques vegades que van convertir a Hitler i als nazis en simis, ho van fer sense les connotacions racials, sinó que només era un recordatori dels seus orígens i el comportament bàrbar que mostraven. (Dower, 1986: 86-87) Hi havia, per tant, una intencionalitat al diferenciar a aquests dos grups d'enemics i això responia a qüestions de raça que es discutien en aquella època. La gran majoria dels ciutadans americans eren descendents d'europèus i convertir als nazis en animals o dimonis significaria fer un atac a la seva pròpia persona; per tant, els EE.UU. intentaven evitar convertir a aquest grup d'enemics en quelcom no humà. Però aquest problema no el tenien amb els japonesos, ja que eren considerats d'una altra raça i, en conseqüència, podien menysprear-la i convertir-la en una raça animal o monstruosa. Navarro (2010)



Hitler i Hirohito (Imatge 26)

²¹ *Japonès com a simi (Imatge 27)*



Japonès com a simi (Imatge 27)

Irònicament, l'agència nord-americana encarregada de difondre informació sobre la guerra als ciutadans americans²², va insistir en no caracteritzar de forma despectiva a les persones no-occidentals. Així, volien diferenciar-se de la propaganda nazi i japonesa, la qual tenia com objectiu la supremacia ètnica, blanca en el cas nazi i asiàtica en el japonès. Aquesta agència es va esforçar en eliminar els estereotips racials que caracteritzaven a les persones negres a les pel·lícules de Hollywood, tot i el fet que als EE.UU. estava molt consolidada una ideologia racial. Aquesta mesura d'evitar mostrar una supremacia blanca en les pel·lícules americanes es va fer per por que els japonesos les utilitzessin en contra seva i hi haguessin canvis de bàndols dins les fronteres americanes. (Worland, 1997: 53)

L'altre imatge que van utilitzar repetidament per caracteritzar als japonesos va ser la de l'*oni* o dimoni. La sèrie de cartells "*Tokio Kid Say*"²³ són un clar exemple d'aquesta conversió demoníaca dels japonesos, on el protagonista és un ésser amb el cos encorbat, amb orelles punxegudes, ullals i urpes. Com s'ha mencionat abans, la propaganda dels EE.UU. no feia distincions entre els japonesos i atacaven per igual a tots els ciutadans. Això causa que totes les representacions que es van fer dels japonesos tinguessin les mateixes característiques. En l'episodi, per exemple, de Popeye, *You're a Sap Mr. Jap*, es pot veure com tots els japonesos que apareixen tenen el mateix aspecte monstruós²⁴.



Popeye (Imatge 28)

²² Office of War Information (OWI)

²³ Annex – F. Tokio Kid Say

²⁴ *Popeye* (Imatge 28)

3.2. A QUI ANAVA DIRIGIT

En la IIGM van lluitar soldats, però també van lluitar les societats dels països en guerra. Es pot considerar en un primer moment que la propaganda de la IIGM anava dirigida principalment als soldats, però eren els ciutadans de cada país els principals receptors de la propaganda. Això era degut a que, per una banda, el soldat no necessitaria aquest tipus de missatge al front de batalla, perquè ell mateix ja estaria prou motivat; i per altra banda, el treball industrial que havien de fer els ciutadans per ajudar a l'exèrcit era més important. Per tant, gran part de la propaganda bèl·lica va anar dirigida a la població civil. (Smits, 2002)

3.2.1. DINTRE DE LES FRONTERES

A part de la diferència sobre a qui es va convertir en *oni*, es pot observar una altra divergència entre els dos estats respecte a qui van dirigir la propaganda de guerra. Els receptors de la propaganda americana eren principalment els propis ciutadans americans, amb l'excepció de la petita propaganda dirigida als xinesos. (Navarro, 2010) Els EE.UU. va centrar-se únicament en crear propaganda dins les seves fronteres. En aquesta es recordava als seus ciutadans perquè estan en guerra. El cartell *Pearl Harbor* (Imatge 29) es va utilitzar per recordar als nord-americans que van entrar en una guerra pel fet de que van ser atacats a les seves pròpies portes. Aquest cartell només fa referència a l'enemic japonès, és a dir, la guerra s'estava produint tant a Europa com en el Pacífic i els textos històrics expliquen que la IIGM va ser contra els nazis d'Alemanya; però en canvi, en aquest cartell es dona a entendre que l'enemic contra el que s'ha de lluitar està a l'altra banda del Pacífic i no de l'Atlàntic. S'anima a donar suport a la guerra i venjar a aquells compatriotes que van morir a Pearl Harbor, convertint a Japó en l'enemic a destruir.



Pearl Harbor (Imatge 29)

La fixació en convertir als japonesos en l'enemic principal de la guerra es pot veure també, de forma més explícita que en el cartell anterior, en el pòster *Japonès segrestant dona* (Imatge 30). En aquest cas, es veu com un soldat japonès d'aspecte monstruós s'està emportant a una dona blanca, occidental, i al costat està escrit "aquest és l'enemic". Per tant, es pot veure que en els EE.UU. hi va haver una intencionalitat d'associar la guerra amb Japó, el causant de que hi entressin, per tal de trobar el suport entre els seus ciutadans.



Japonès segrestant dona (Imatge 30)

Els EE.UU., a més, van utilitzar mètodes més moderns per apropiarse als ciutadans. La televisió era un mitjà de comunicació que cada cop anava agafant més força i popularitat i que permetia arribar a tota classe de ciutadans. Els dibuixos animats més populars van unir-se a la guerra fent que els seus protagonistes lluitessin contra les Potències de l'Eix. En aquest cas cal destacar un capítol de Bugs Bunny (capítol 32: *Nips the Nips*) on es veu com Bugs Bunny arriba a una illa que està ocupada per soldats japonesos²⁵ i acaba amb tots ells. Els soldats que apareixen en aquest capítol són presentats com bàrbars (van descalços) i fàcils d'enganyar (Bugs Bunny es disfressa de soldat i de geisha). Popeye també es va enfrontar contra els japonesos en el capítol *You're a Sap Mr. Jap*²⁶. En aquest cas la presentació dels japonesos és de personatges de qui un no s'ha de fiar.

²⁵ *Bugs Bunny* (Imatge 31)

²⁶ *Popeye II* (Imatge 57)



Bugs Bunny (Imatge 31)



Popeye II (Imatge 57)

3.2.2. FORA DE LES FRONTERES

La propaganda que es realitzava des de Japó acollia a un nombre més ampli de persones. Els japonesos no només buscaven la complicitat dels seus ciutadans, sinó que també van anar a buscar-la fora de les seves fronteres. L'Esfera de Co-prosperitat de la Gran Àsia Oriental tenia com a objectiu principal alliberar els països asiàtics colonitzats pels estats occidentals. Segons la visió japonesa, Àsia es va veure ocupada per europeus i americans, els quals van actuar de mode egoista. Van portar les seves costums, idiomes, idees i no van deixar espai a les persones asiàtiques. Van ocupar i implantar tot el que els era beneficiós, causant la desgràcia a la part asiàtica afectada. Quan Japó va començar la seva modernització, va aconseguir crear l'exèrcit i la flota més gran d'Àsia, aconseguint, per sorpresa de tot el món, una victòria naval contra Rússia al 1905. Aquesta nova situació de poder per part del Japó va fer que es creés la idea de que eren els responsables dels seus veïns asiàtics. Pels japonesos, alliberar aquests països que no podien defensar-se de les mans ambiciosos dels occidentals, era vist com una obligació. (Navarro, 2010) Això es va materialitzar en el concepte “*Hakko Ichiu*” o “vuit cantonades sota un mateix cel”, en el qual es recollia una idea del segle VIII en que es deia que les illes de Japó havien estat habitades per diverses races i que al final només n'havia quedat una, la japonesa. Ara Japó tenia la missió de tornar a posar les diverses races en un mateix “sostre”. Es a dir, que Japó crea la idea d'una sola raça asiàtica que ha d'estar unida sota el lideratge nipó. (Navarro, 2010)

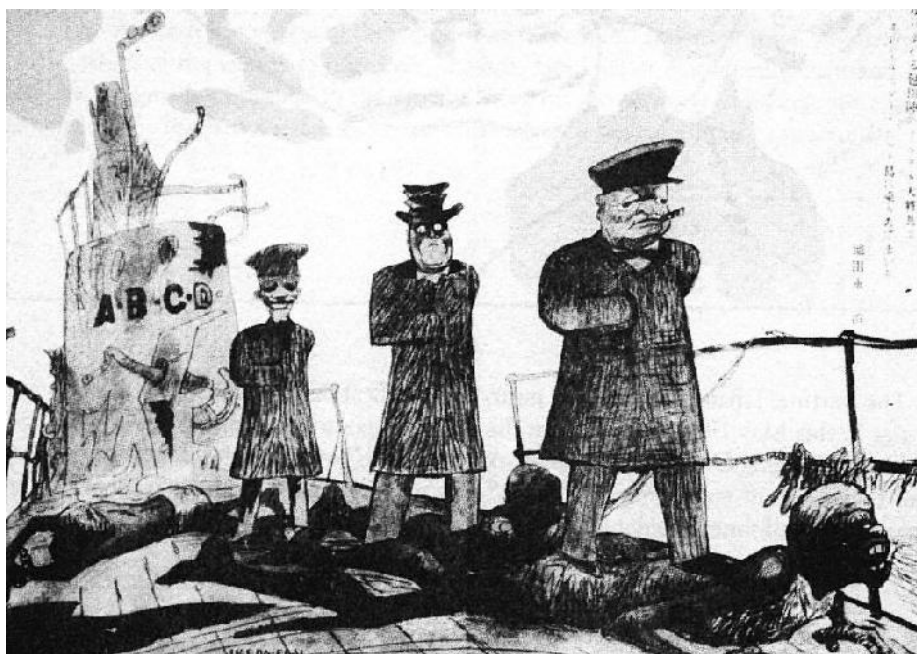
El “*Hakko Ichiu*” era la contrapartida al “Diví Manifest” americà, en el qual es considera que els americans tenien la missió de propagar la seva cultura i ideals a la resta de territoris. (Navarro, 2010) Tots dos conceptes només van ser l'excusa legal per dur a terme una expansió de les seves fronteres, una forma per justificar l'ocupació de territoris estrangers. I en aquest punt es pot veure una diferència a l'hora d'actuar, ja que els americans no van crear cap tipus de propaganda que anés dirigida a aquells territoris que anava a “alliberar”, però, en canvi, Japó va fer un gran esforç en incloure als seus veïns en la propaganda de guerra.

Japó es va apropar als seus veïns asiàtics a vegades de una forma més directe i altres de mode més indirecte. En la via directe tenim els cartells en que es crida als ciutadans de països colonitzats per occidentals a que s'uneixin a ells. En el dibuix *John Bull* (Imatge 16), es veu com John Bull està trepitjant a hindús, els quals, a més, es troben encadenats.

Aquest esquema es repeteix en el pòster *A-B-C-D Powers* (Imatge 32), on en aquest cas són persones del sud d'Àsia que estan sent trepitjades per Wiston Churchill, Franklin Roosevelt i Chiang Kai-shek.



John Bull (Imatge 16)



A-B-C-D Powers (Imatge 32)

Pel que respecte a la via indirecte, Japó va utilitzar pel·lícules animades per a dur a terme el seu propòsit d'arribar als ciutadans asiàtics. La pel·lícula *Momotaro: Les tropes divines de l'oceà* (1945) explica una versió moderna del conte tradicional de Momotaro, però en aquest cas no estava pensat solament per ser visualitzat en l'illa de Japó, sinó que hi havia un interès en que fos visualitzat fora les seves fronteres. En la pel·lícula, a part de Momotaro i els seus fidels companys d'armes, hi ha la representació d'altres animals²⁷. Aquests nous animals són presentats com bones persones, però una mica salvatges i és gràcies a l'educació que reben de Momotaro i companyia que es converteixen en “persones”. Això era una metàfora a la missió alliberadora que s'havia proposat Japó i, per tant, els nous animals que apareixen eren una metàfora dels ciutadans asiàtics. (Dower, 1986: 254)



Pel·lícula 1945, animals (Imatge 25)

²⁷ *Pel·lícula 1945, animals (Imatge 25)*

3.1. QUINA ERA LA INTENCIÓ

La intencionalitat dels diversos cartells és un altre element a tenir en compte. Com s'ha explicat, la propaganda no aniria encaminada, principalment, a les forces militars, sinó que els receptors majoritaris seria la població civil. Aquesta situació es va trobar tant als EE.UU. com a Japó i això significa que els diversos governs necessitaven en gran mesura el suport de la seva ciutadania. La necessitaven perquè eren les persones que finançaven la guerra amb els seus impostos i, a més, eren els que fabricaven l'armament amb el que lluitaven els seus soldats. Però a més, el govern necessitava que les persones acceptessin les conseqüències que un estat en guerra comportava: restriccions de racionament i conservació dels recursos. Per tant, era molt important tenir a la població civil al costat del govern.

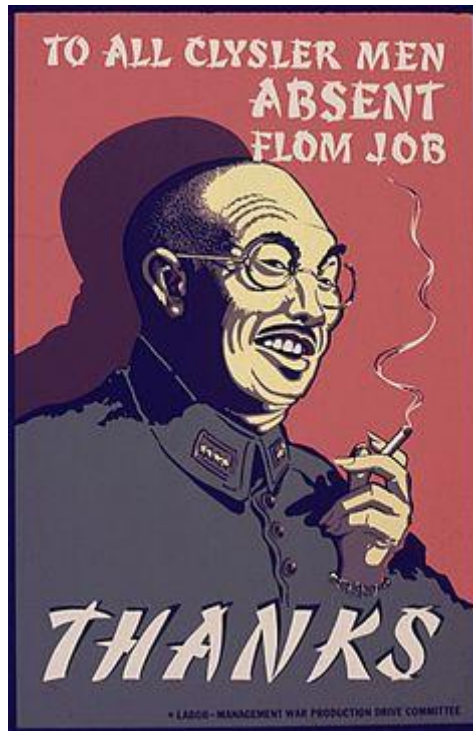
El primer punt que havien d'assolir els cartells propagandístics era la de crear i consolidar un enemic. Per a dur a terme tal propòsit, calia convertir a l'altre en quelcom desagradable, deshumanitzar-lo. Com s'ha explicat en anterioritat, Japó i els EE.UU. van dur a terme aquesta deshumanització de diverses formes, però es pot observar una diferència en la degradació de l'enemic en els dos països. Una conseqüència d'humiliar a l'altre és que l'emissor s'enalteix, es a dir, que convertint a l'altre en un ésser menyspreable s'aconsegueix glorificar-se a sí mateix, perquè es converteixen en pols oposats (bo/dolent). La diferència que es pot observar entre els dos estats estudiats és que pels EE.UU. era més primordial atacar a la figura japonesa i, en segon lloc, enaltir-se, quedar com els herois; mentre que al Japó, primer es perseguia caracteritzar-se amb la categoria d'herois i salvadors i, en segon pla, degradar als americans. (Smits, 2002) Això al mateix temps comporta una discussió sobre qui tenia la superioritat moral, ja que si l'enemic no és ni humà, amb quins criteris poden ells (l'enemic) considerar que tenen dret a dir què és correcte i què no?

El conjunt de cartells que configuren Imatge 33, Imatge 34 i Imatge 41 formen part de la propaganda americana. En ells podem veure com la figura del japonès està presentada com un personatge desagradable i, fins i tot, monstruós; però el més interessant és que els textos dels pòsters presenten ser les paraules que estaria dient el propi personatge. En tots ells s'indica que la falta d'actitud per part dels ciutadans americans és un element a favor als japonesos. Per tant, amb aquests cartells s'intenta fer entendre a la població americana que no deixi de treballar o que no malgasti materials, perquè això comportaria un

avantatge pels japonesos. En canvi, el cartell de *Japó com a salvador* (Imatge 35) ens mostra com Japó dóna la mà a una persona d'Indonèsia, la qual havia estat sota el control d'Holanda. Al fons de la imatge es veu una dona holandesa fugint de la llum que irradia un sol molt brillant. Aquí Japó s'alça com a salvador dels països asiàtics que estan colonitzats per estats occidentals; Japó es converteix en una llum alliberadora, el sol (naixent) que fa fugir la foscor que comporta Occident. Aquí, els ciutadans que volen que el govern li doni suport no són els propis ciutadans japonesos, sinó la resta de ciutadans asiàtics.



Dia de vacances (Imatge33)



Dia de vacances II (Imatge 34)



Estalviar aigua (Imatge 41)



Japó com a salvador (Imatge 35)

Al contrari que als EE.UU., una part de la propaganda japonesa anava dirigida a la població de fora de les seves fronteres. Aquesta propaganda estava encaminada a aquells països ocupats per occidentals i, al mateix temps, tenia el propòsit que aquests estats asiàtics decidissin unir-se (pacíficament) a l'espai no-occidental que Japó estava creant. Un dels objectius principals de la propaganda de guerra nipona era la d'unificar els diversos fronts de batalla estrangers amb el fronts domèstics. La propaganda no tenia com a únic objectiu actuar sobre la població japonesa que residia al Japó, sinó que també tenia la intenció d'unir a les persones de tots els punts geogràfics on s'estava actuant. (Kushner, 2006: 6)

Un cop aconseguida la dicotomia entre enemic i heroi, s'han d'utilitzar aquestes idees per fer que la població actuï d'un mode en concret. Al llarg de la IIGM els EE.UU. van

publicar el conjunt de cartells “Tokyo Kid Say”²⁸, en els quals podem veure una sèrie d'objectius:

1. En primer lloc, hi ha una preocupació per la qualitat de la producció armamentista. Alguns cartells (Imatge 36, Imatge 37 i Imatge 38) mostren com hi ha un interès a que en la fabricació no s'utilitzin material defectuosos i que, a més, no es malgastin utilitzant-los inútilment. Aquesta sèrie de cartells es poden relacionar amb la necessitat del govern americà a que els seus ciutadans comprin bons de l'estat que ajudin al finançament de la guerra.



Materials defectuosos (Imatge 36)

²⁸ Per veure tots els cartells: Annex, F. Tokio Kid Say

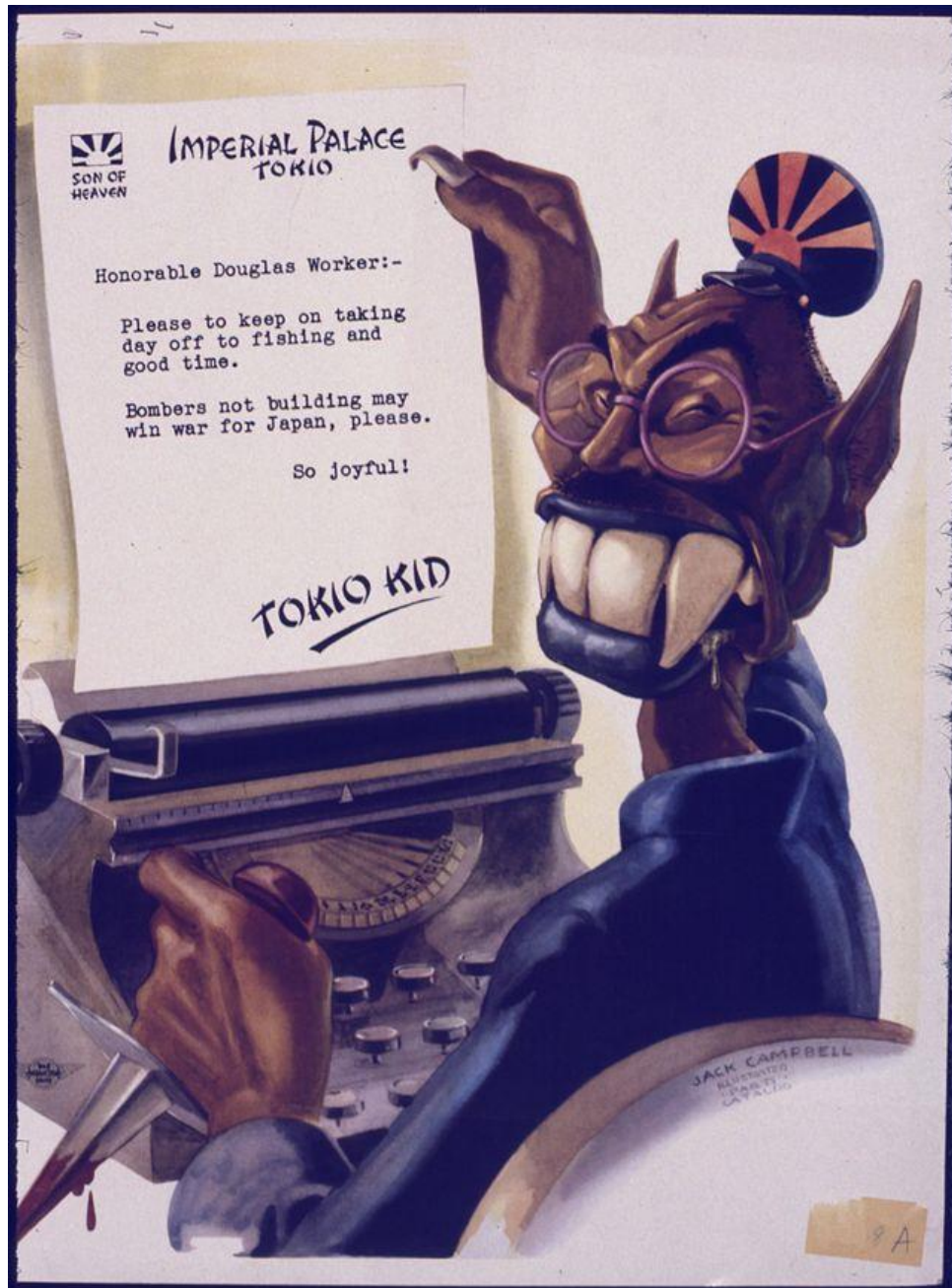


Materials defectuosos II (Imatge 37)



Malgastar materials (Imatge 38)

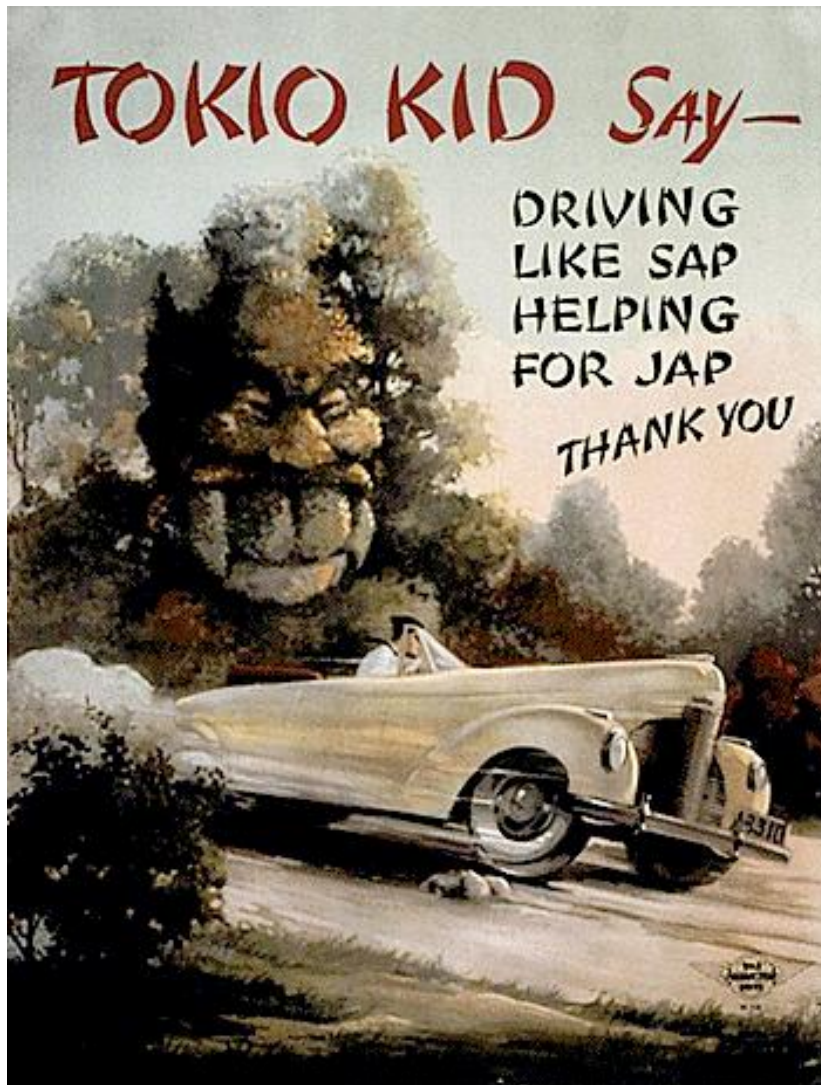
2. Hi hauria un interès en que la població actués de forma activa. *Dia de vacances III* (Imatge 39)²⁹ (i fora de la sèrie: Imatge 33 i Imatge 34) mostra que no ser un membre actiu en la societat està mal vist i que es perjudicial pel país.



Dia de vacances III (Imatge 39)

²⁹ Es fa referència a la Companyia d'Aeronaus Douglas, encarregada durant la IIGM de la construcció d'aeronaus.

3. Per últim hi hauria un interès més encaminat al benestar social de la població. El cartell *Conduir com un japonès* (Imatge 40) serveix per atacar una situació que en l'actualitat continua present: l'excés de velocitat i els possibles accidents de trànsit que pot provocar. *Estalviar aigua* (Imatge 41), en canvi, es preocupa més per l'estalvi d'aigua.



Conduir com un japonès (Imatge 40)

Com es pot veure, els objectius eren diversos, però en el fons la gran majoria giraven entorn a aconseguir un país més fort gràcies a la indústria. Aquesta idea també es troba present en la propaganda japonesa, tal i com es pot veure en el cartell de *Producció d'avions* (Imatge 42). Aquí es pot veure a un avió que té com a objectiu a Roosevelt, el

qual està amenaçant als japonesos, i les paraules “produir més avions”. La producció armamentista centrada en els avions de combat va ser una de les majors preocupacions del govern japonès. Sobretot cap a finals de la guerra, ja que hi havia una gran escassetat de materials, el qual va provocar que es produïssin avions molt “febles” i l'única forma pels pilots de causar danys a l'enemic era estavellant-se contra ells, són els pilots coneguts com a *kamikaze*.



Producció d'avions (Imatge 42)

4. CONCLUSIONS

La deshumanització de l'enemic es va dur a terme durant la IIGM convertint a l'altre en un monstre. Tot i les diferències culturals, aquest monstre va agafar la forma d'un *oni* tant al Japó com en als EE.UU.. Tot i aquesta inicial similitud, les dues propagandes presenten moltes diferències en l'ús d'aquesta figura.

Per Japó, utilitzar aquesta figura no era un recurs nou, sinó que responia a una llarga tradició de representar als estrangers i als enemics. L'únic aspecte que va canviar va ser la intencionalitat que va afegir el govern japonès, ja que tradicionalment era utilitzat com un recurs popular i aquí, en canvi, es va utilitzar com un mecanisme polític. A més, aquesta figura es relacionava per força amb la de Momotaro, l'heroi que representava Japó. Així, la figura de l'*oni*, tot i ser una figura adversa, tenia un alt grau de significat nacional.

Per la seva part, l'ús específic d'aquesta figura als EE.UU. es pot veure en part com la fascinació que existia per Orient. Però l'objectiu principal era jugar amb temes de les races i l'*oni* es dibuixava per representar una altra raça, la qual, a més, era demoníaca. La lluita contra el *Yellow Peril* era entre Occident i Orient i tots els valors culturals, socials, religiosos, etc., que implicaven, sent la religió cristiana un dels pilars argumentaris per a la defensa d'Occident.

5. BIBLIOGRAFIA

Antoni, Klaus (1991) "Culture Momotar (The Peach Boy) and the Spirit of Japan: Concerning the Function of a Fairy Tale in Japanese Nationalism of the Early Showa Age", *Asian Folklore Studies*, 50 (1): 155-188.

Dower, John W. (1986) *War without mercy: Race and power in the Pacific war*. Nova York: Pantheon Books

Hadland Davis, F. (2008) *Mitos y leyendas de Japón*. Gijón: Satori Ediciones

Kushner, Barak (2006) *The thought war: Japanese Imperial Propaganda*. Honolulu: University of Hawai'i Press

Navarro, Anthony V. (2010) "A Critical Comparison Between Japanese and American Propaganda during World War II." Michigan State University. [en línea] Disponible a: <https://www.msu.edu/~navarro6/srop.html> [consultat el]

Pulvers, Roger (2014) "Lafcadio Hearn: 'Japanese Thru and Tru'", *The Japan Times*. [en línea] Disponible a: http://www.japantimes.co.jp/life/2014/09/20/lifestyle/lafcadio-hearn-japanese-thru-tru/#.VXB6PM_tlBf [consultat el]

Reider, Noriko T. (2003) "Transformation of the Oni: From the Frightening and Diabolical to the Cute and Sexy", *Asian Folklore Studies*, 62 (1): 133-157.

Smits, Gregory (2002) "Y kai: Monsters, Giant Catfish, & Symbolic Representation in Popular Culture", *Topics in Japanese Cultural History*. [en línea] Disponible a: <http://www.personal.psu.edu/faculty/g/j/gjs4/textbooks/172/ch8.htm> [consultat el]

Worland, Rick (1997) "OWI Meets the Monsters: Hollywood Horror Films and War Propaganda, 1942 to 1945", *Cinema Journal*, 37 (1): 47-65

6. ANNEX

A. Onmyōdō

L'Onmyōdō o “El camí del yin i el Yang” és una cosmologia esotèrica originària del Japó, la qual barreja aspectes de les ciències naturals i de l'ocultisme. Influenciat per les teories xineses dels Cinc Elements i el Yin Yang, l'Onmyōdō es va convertir en una disciplina per predir el futur. La societat japonesa ho va acceptar com una forma per preveure i atraure la bona sort i la cort imperial ho va adoptar com a mecanisme per ajudar en l'elecció de decisions.

B. Cicles de reencarnació del budisme

Els cicles de reencarnació del budisme, també conegut com Samsara, és el cicle de néixer i morir que es va repetint a les criatures vives. Aquest cicle està format per sis etapes o regnes d'existència. Aquests regnes poden ser entesos com espais físics o estats mentals caracteritzats per un tipus de patiment diferent. Els sis regnes són: regne diví, regne semidiví, regne humà, regne animal, regne de fantasmes famolenc i regne de l'infern.

C. Tanuki

El tanuki és un animal que recorda a l'ós rentador. És una criatura nocturna que viu en totes les illes del Japó i es poden trobar estàtues d'ell per totes les illes. Té poders màgics que utilitza per canviar la seva aparença i causar malifetes. La característica més curiosa d'aquest ésser fantàstic són els seus testicles, els quals són molt grans i, a més, els utilitzen com a armes, ventalls, tambors, paraigües, etc.



Estàtua de tanuki (Imatge 43)



Pintura de tanuki (Imatge 44)

D. Momotaro: Les àligues de l'oceà



Pel·lícula 1942, occidentals (Imatge 20)



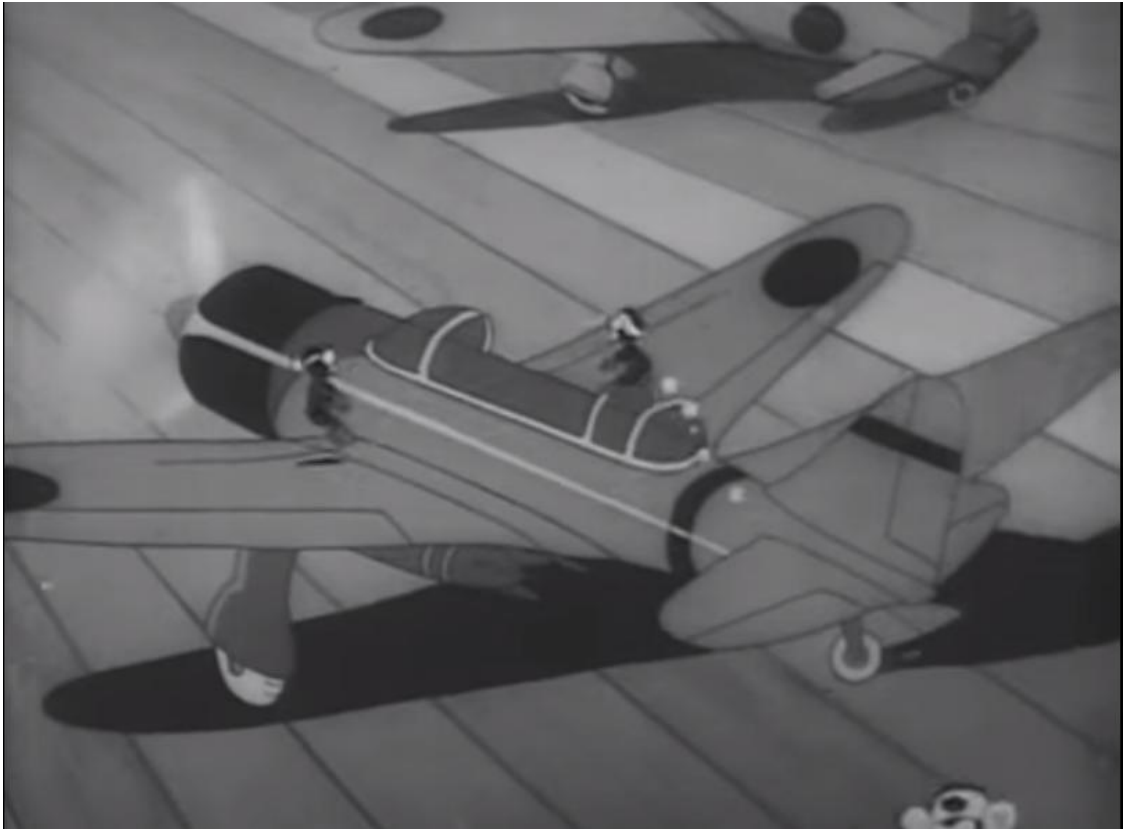
Pel·lícula 1942, Momotaro (Imatge 21)



Pel·lícula 1942, líder oni (Imatge 22)



Pel·lícula 1942, mico amb pistola (Imatge 45)



Pel·lícula 1942, avió (Imatge 46)



Pel·lícula 1942, bandera "americana" (Imatge 47)



Pel·lícula 1942, illa dels oni o Pearl Harbor (Imatge 48)

E. Momotaro: Les tropes divines de l'ocèà



Pel·lícula 1945, Momotaro (Imatge23)



Pel·lícula 1945, occidentals (Imatge 24)



Pel·lícula 1945, animals (Imatge 25)



Pel·lícula 1945, líder oni (Imatge 49)



Pel·lícula 1945, avions (Imatge 50)



Pel·lícula 1945, illa dels oni (Imatge 51)

F. Tokio Kid Say



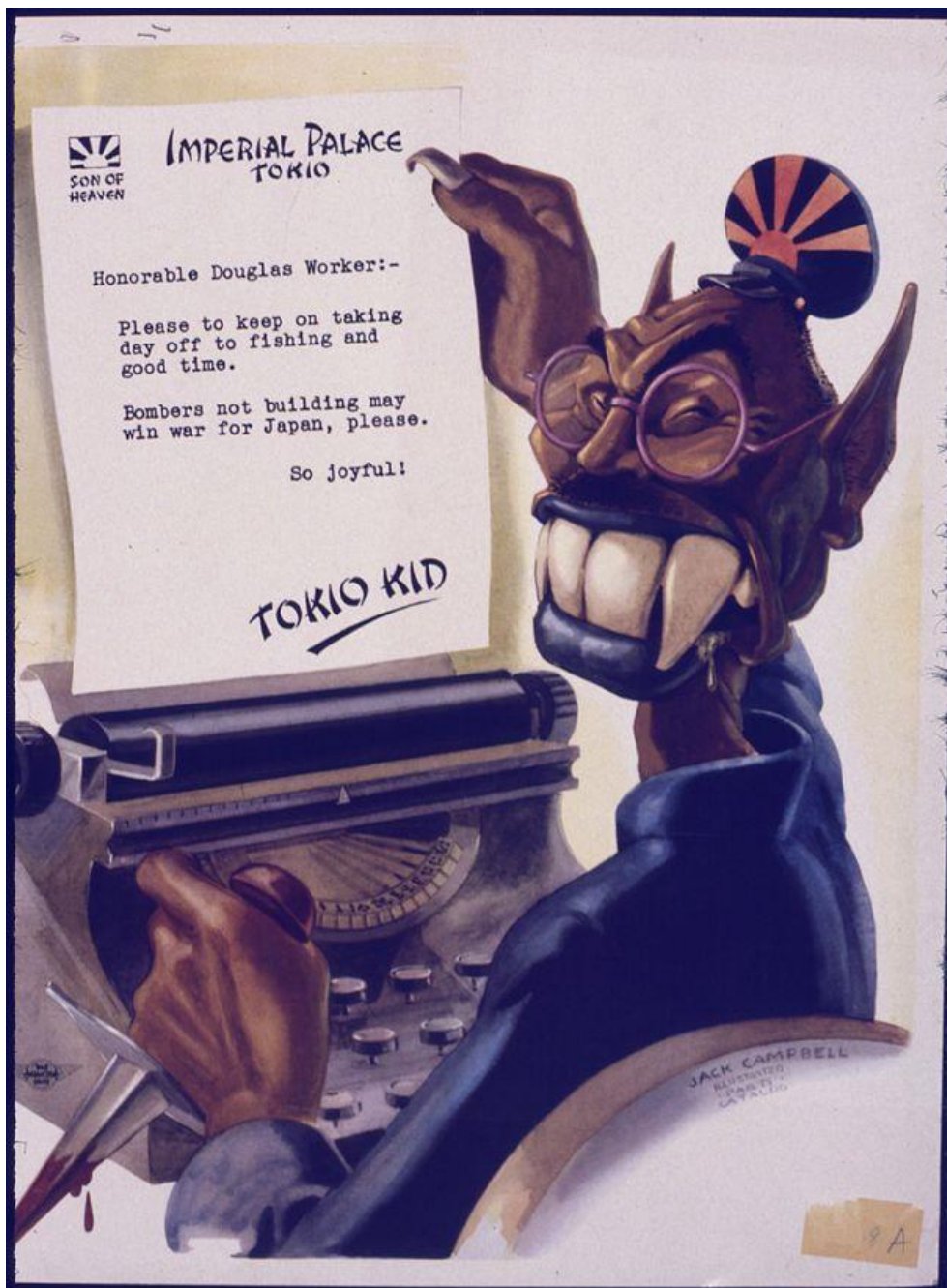
Materials defectuosos (Imatge 36)



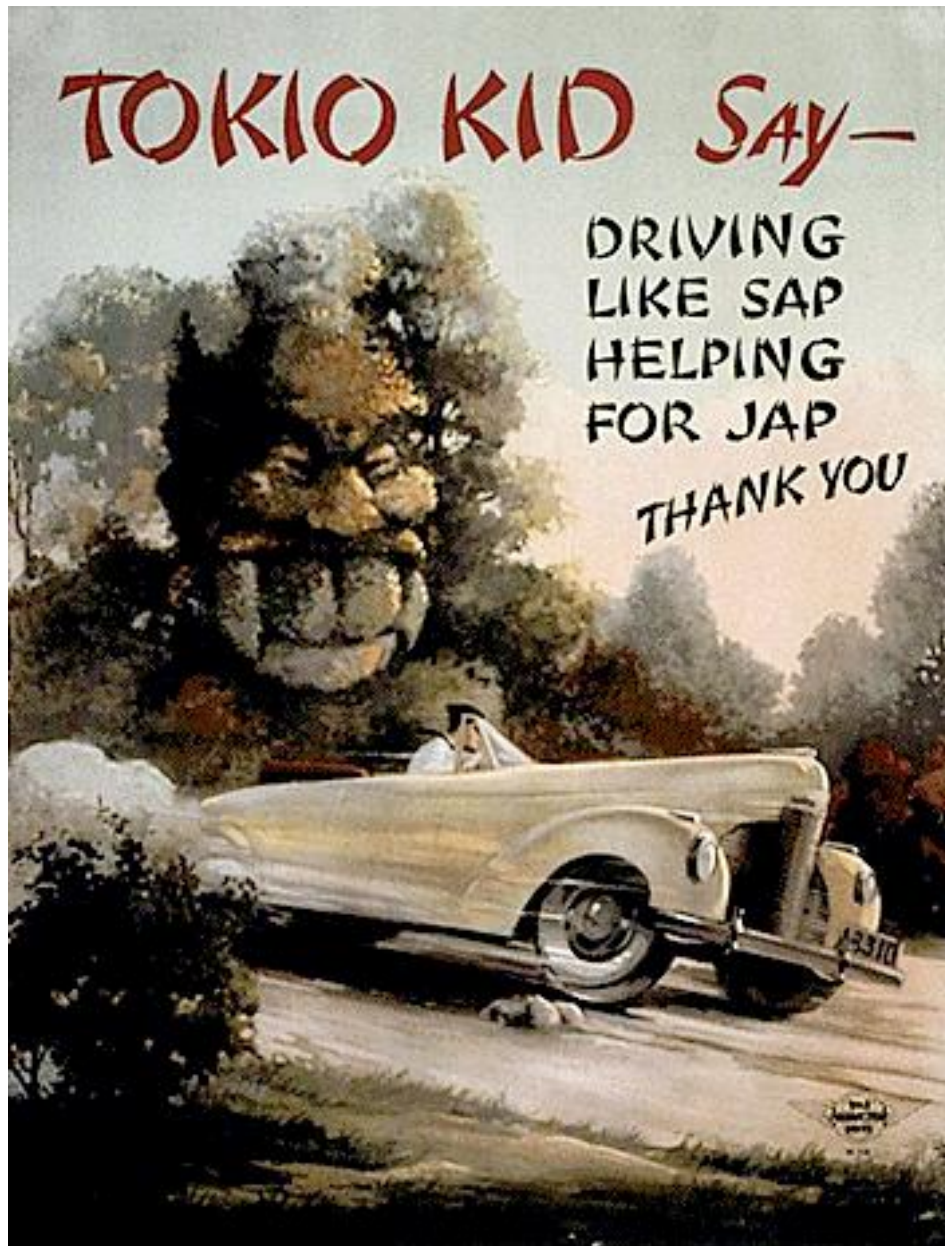
Materials defectuosos II (Imatge 37)



Malgastar materials (Imatge 38)



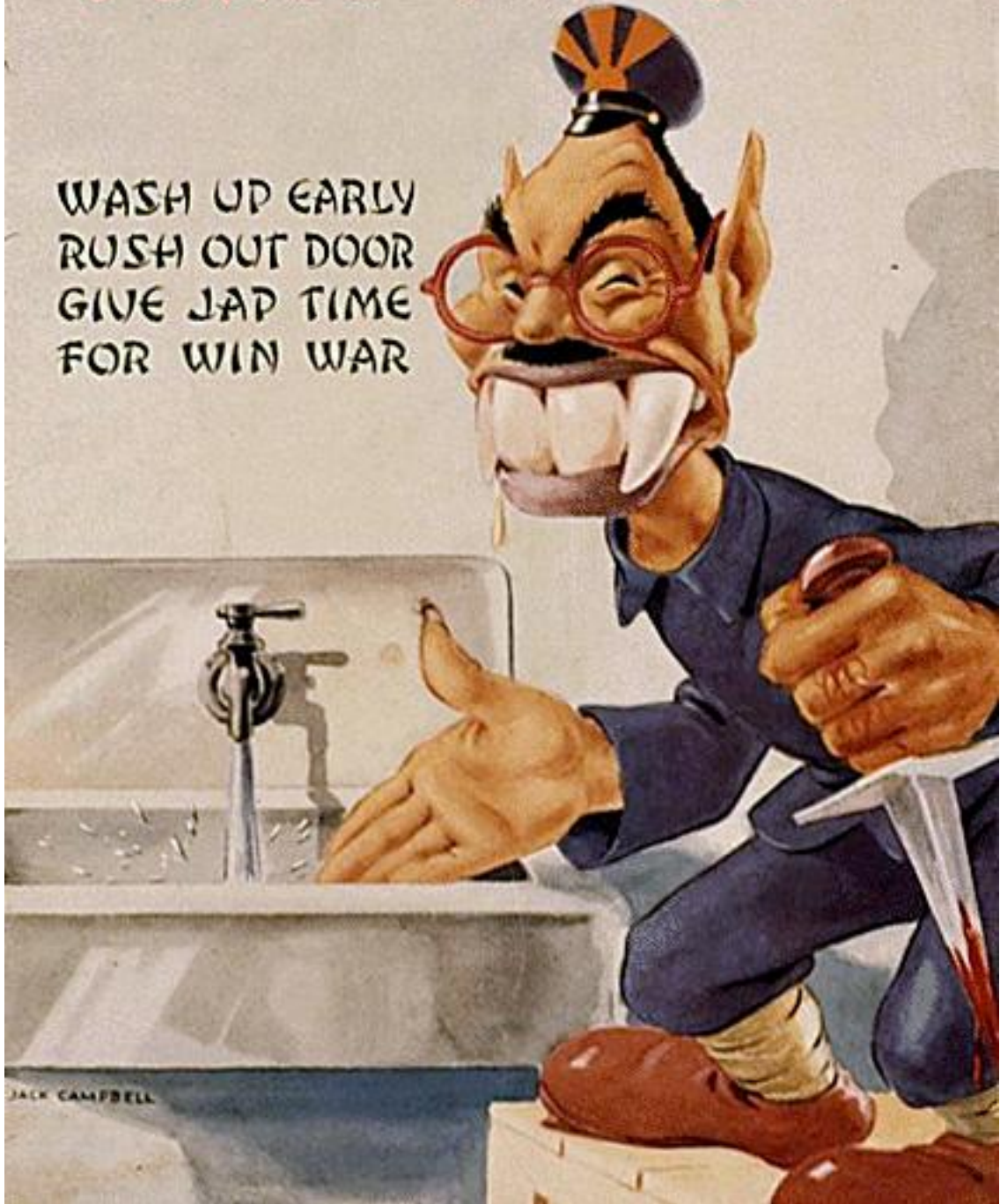
Dia de vacances III (Imatge 39)



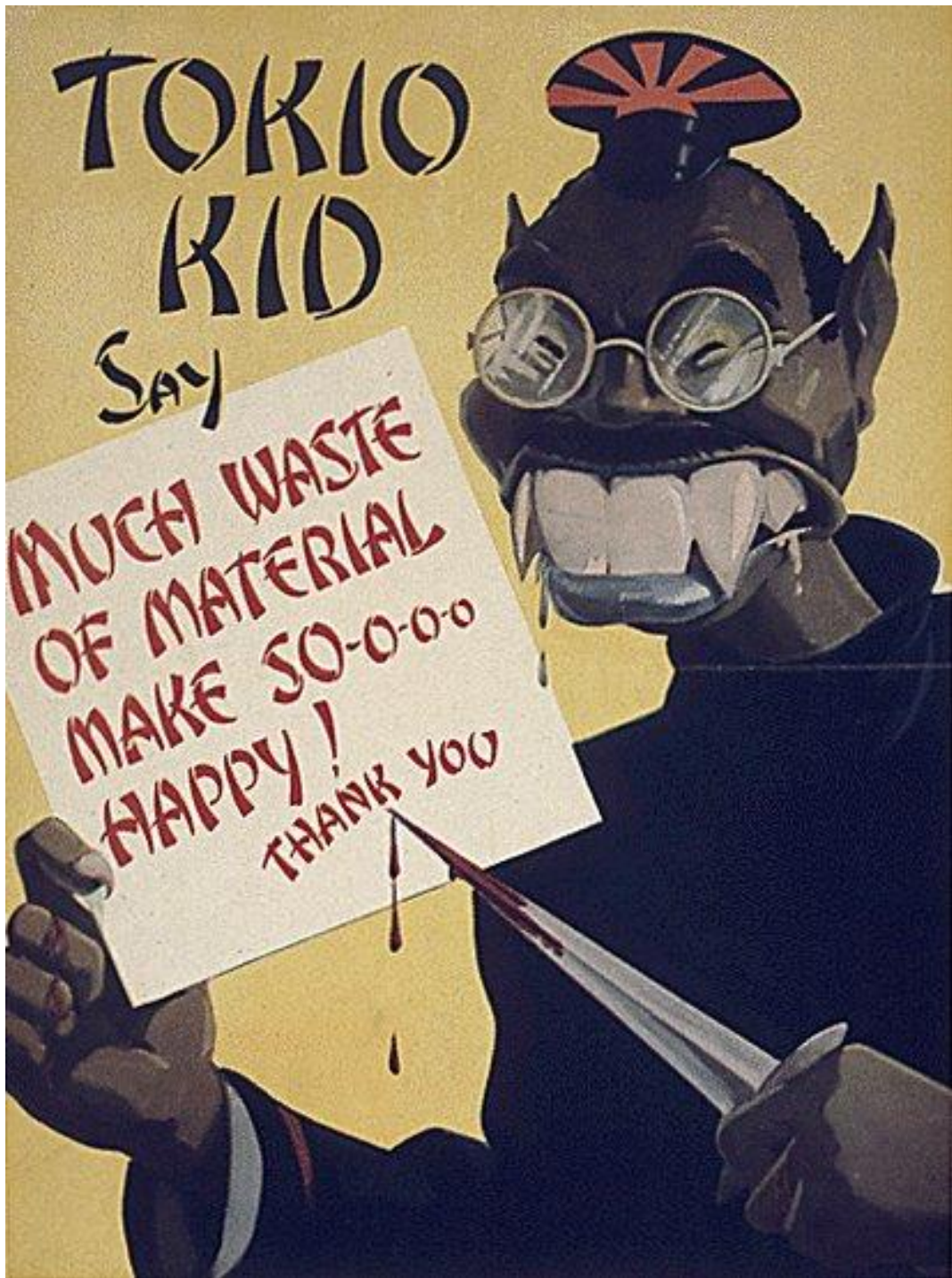
Conduir com un japonès (Imatge 40)

TOKIO KID JAY-

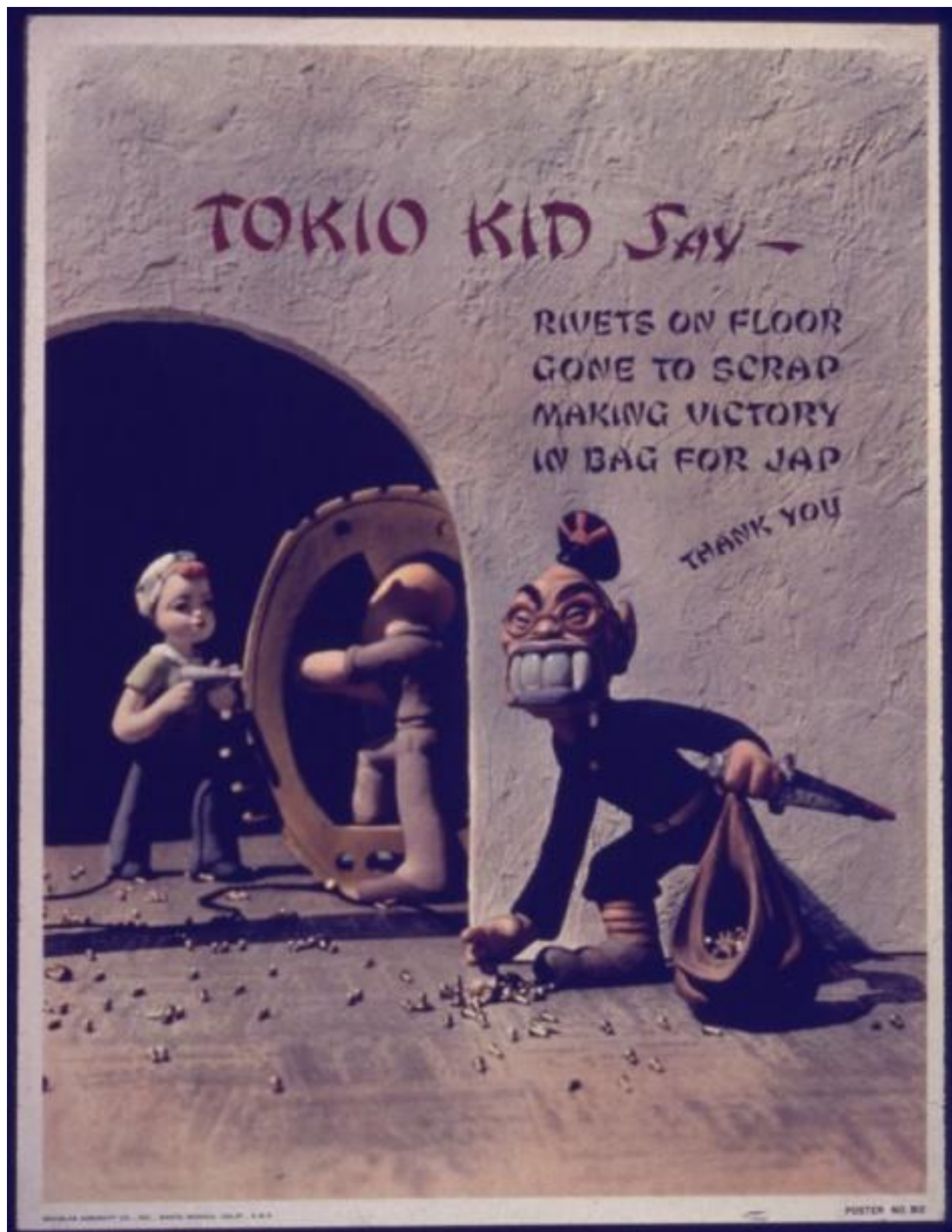
WASH UP EARLY
RUSH OUT DOOR
GIVE JAP TIME
FOR WIN WAR



Estalviar aigua (Imatge 41)



Malgastar materials II (Imatge 52)



Malgastar materials III (Imatge 53)



Treballar (Imatge 54)



Pèrdia (Imatge 55)



Japonès espantat (Imatge 56)