

De *kowai* a *kawaii*: Recreación e infantilización de las criaturas *yōkai*

Gerard Almeida Silva
ジェラール・アルメイダ・シリバ

Licenciado en Traducción e Interpretación por la
Universidad Pompeu Fabra / Magíster en Estudios
de Asia Oriental por la Universidad de Granada
翻訳・通訳学者 - ポンペウ・ファブラ大
学 / 東アジア研究
修士 - グラナダ大学

<https://doi.org/10.53010/kobai04.2022.02>



El concepto del “yōkai”

Las criaturas conocidas como *yōkai* han aterrorizado la mente de los habitantes del archipiélago japonés. Se creía que un gran abanico de seres deformes, amorfos, poseedores de garras y colmillos letales e incluso sin rostro desfilaba por las calles tras el ocaso y todo aquel que tuviese la mala suerte de toparse con ellos presenciaría cómo le robaban el alma ante sus ojos.

En primer lugar, la palabra *yōkai* en sí se puede traducir de distintas maneras: «monstruo», «espíritu», «duende», «fantasma», «demonio», «espectro», «ser fantástico» o «deidad menor». La mayoría de estos términos, que en occidente utilizamos para referirnos a seres de ultratumba, implican en general cualidades grotescas y desagradables. Cuando pensamos en fantasmas, espectros y muertos vivientes generalmente nos vienen a la cabeza imágenes de carne podrida, pálida o inexistente; ojos desencajados, rasgos faciales siniestros o también inexistentes. Estos seres monstruosos lo son porque poseen una fisiología única que mezcla los rasgos de distintos mundos —el animal, el humano y el onírico— y que trasciende las normas de lo corporal.

Es preciso fijarse en el *kappa*, uno de los seres más representativos del imaginario japonés. Su cuerpo es humanoide en cuanto a forma, pero sus “manos” son palmípedas como las de los patos, en su espalda hay un caparazón de tortuga y en vez de boca hay un pico de ave. Existen leyendas de esta criatura alrededor de todo el archipiélago y no es de extrañar ver todo tipo de tiendas y estatuas/figuras suyas en ciertos lugares de Japón, como el barrio de Asakusa en Tokio.

Sin embargo, los *yōkai* no siempre han estado asociados a un aspecto físico con rasgos monstruosos. Fue en el siglo VIII cuando el término *yōkai* apareció por primera vez y se refería a unas malas energías que invadían los espacios, como si de magia negra o una maldición se tratase. En el periodo Heian (794-1195), se distinguía a los seres llamados *mono-no-ke* de los *yōkai*. Estos últimos eran las manifestaciones visibles, mientras que el término *mono-no-ke* se refería a algo invisible, sin una forma clara, a una fuerza exterior extraordinaria y temible. En esta época la profesión de *onmyōji*, cuyas principales funciones eran exorcizar y adivinar el futuro, empezó a gozar de cierta fama, un indicativo de lo temibles que resultaban estas fuerzas de la naturaleza. Ya en



Toriyama Sekien, *Kappa en El desfile ilustrado de la noche de cientos de demonios* [Grabado en madera; tinta y color sobre papel], 1781.

el periodo Edo (1603-1868), cuando el país disfrutaba de un relativo orden social, los *yōkai* proliferaron en forma de arte comercial impreso en masa, literatura popular y obras de teatro, además de continuar muy presente en la cultura local en forma de tradición oral. Cabe destacar que, en gran parte de dichas producciones, estos seres eran satirizados para el divertimento de todas las clases sociales. También fue la época de los compendios y enciclopedias, moda que venía de China. En dichas enciclopedias, muchos artistas dieron forma sobre papel y madera a todo tipo de criaturas que poblaban las leyendas transmitidas de forma oral durante generaciones. Estas representaciones estaban caracterizadas por lo que ya se ha dicho antes: rasgos humanoides mezclados con rasgos animales y rasgos de lo desconocido, lo que no es de este mundo.

De *kowai* a *kawaii*

Actualmente, los *yōkai* han experimentado una transformación radical en cuanto al modo de presentación. El folclorista y mangaka Shigeru Mizuki fue el primero que comenzó a presentar versiones más dulcificadas e infantiles de estos seres. Con la llegada del manga *Hakaba no Kitarō* (1959) y de la posterior adaptación animada *GeGeGe no Kitarō* (1968), los *yōkai* se dieron a conocer entre los niños y no tan niños de toda la nación japonesa. Respecto a esta estética más inocente, fue después de la posguerra cuando Japón, en un ejercicio de autocastración en su faceta más bélica por todas las empresas militares que habían provocado dolor y destrucción en otras naciones, comenzó a infantilizar parte de su cultura para reparar la visión imperialista y bélica que tenía el resto del mundo de ellos. Así, poco a poco surgió la estética *kawaii*, cuyo apogeo fue alcanzado en los años 80. Esta estética tan particular que celebraba lo infantil, lo inocente, lo tierno y lo desvalido, inundó múltiples facetas de la vida y cultura japonesas y ha conocido un gran éxito. Sin embargo, ¿por qué ha afectado a los *yōkai*? ¿Cuáles son las implicaciones sociales,

culturales y psicológicas de infantilizar a unos seres fisiológicamente monstruosos que antiguamente aterrorizaban las mentes de la población?

A partir de los años 80 y 90 diversas figuras y personajes tiernos empezaron a convertirse en mascotas de grandes corporaciones, bancos, restaurantes para promocionar sus servicios y en los protagonistas de manga, anime y videojuegos. Entre todas esas mascotas había diversas inspiradas en el folclore japonés. *Pokémon* se convirtió en una de las primeras franquicias que exportaron la estética *kawaii* al resto del mundo junto a Hello Kitty. El principal atractivo de *Pokémon* se basa en capturar y colecciónar unas criaturas imaginarias cuyos rasgos principales se parecen sospechosamente a los *yōkai*: características humanoides mezcladas con las de animales, seres amorfos y deformes, avatares de elementos naturales y seres que parecen sacados de leyendas chinas y japonesas. De hecho, no hay que ir muy lejos en *Pokémon* para encontrar referencias directas a criaturas fantásticas documentadas: en la primera generación encontramos a Vulpix y su evolución Ninetales, basados en el *kyuubi no kitsune*, el legendario zorro de nueve colas ya Moltres, basado en la bestia legendaria *suzaku*, un ave de fuego originaria de China cuyo cometido era el de guardar el punto cardinal del sur.

Sin embargo, lo característico de *Pokémon* es que ofrece un mundo en el que es posible interactuar con criaturas imaginarias que, en cierto modo, proporcionan compañía y afecto a los jugadores. El creador de la franquicia, Satoshi Tajiri, precisamente ideó los juegos con el deseo de aliviar la presión académica y laboral de los jóvenes que crecían en una sociedad postindustrial y para combatir la soledad de una sociedad cada vez menos centrada en los vínculos humanos (Allison, 2004, p. 41-42). *Pokémon* también posee reminiscencias de la vida en Japón hace siglos, donde las personas estaban notablemente más en consonancia con su parte más espiritual y, aunque más bien sensorial, existía una interacción con los seres sobrenaturales. Esta interacción sensorial de la que hablamos se basaba en la creencia en unos espíritus a través de los juegos entre luces y sombras, los sonidos de la naturaleza, los sonidos o ruidos de fuentes desconocidas y de fenómenos climáticos para el nacimiento de todo



Maria Camila Neira Villegas, *Tienda Pokémon en Kioto*
[Fotografía digital], 2022.



Alonso José Vejollín Araque [Ilustración digital inspirada en el anime *Yo-kai Watch* del estudio OLM y en el videojuego del mismo nombre de la compañía Level-5], 2022.

un desfile de seres sobrenaturales en la mente y el corazón de los antiguos japoneses. *Pokémon*, además de convertir a unas criaturas derivadas de los *yōkai* en “mercancía coleccionable”, también lo hace en una especie de seres domésticos capaces de proporcionar compañía virtual.

La franquicia con el ratón amarillo como insignia terminó de perfeccionar el boom que había causado con todo tipo de *merchandising*, juegos de mesa y cartas coleccionables. Esta extraordinaria y despiadada mercantilización acentuó todavía más su carácter coleccionable, pero nada comparable a la multitud de figuras y peluches que todavía hoy adornan las estanterías de los *Pokémon Center* de Japón: una multitud de seres suaves y *kawaii* de felpa, esperando a ser tiernamente abrazados por niños y no tan niños.

A raíz de *Pokémon* aparecieron muchos más manga, anime y videojuegos que tenían a criaturas sobrenaturales como protagonistas. Muchos de estos productos copiaron la tendencia imperante y cambiaron la apariencia de varios de los personajes, convirtiéndolos así en más atractivos para la audiencia y, por ende, más susceptibles de convertirse en *merchandising*. Cabe destacar especialmente *Natsume yuujinchou* (2005) y *Nurarihyon no mago* (2008). *Natsume* convirtió a

muchos de sus *yōkai* y deidades sintoístas en seres adorables, cabezones, desvalidos y bobalicones; características esenciales de todo lo llamado *kawaii* y características que desencadenan los instintos paternales de dar protección y cuidados. Dentro de esas características que los convierten en seres adorables ante la mirada de los demás pueden encontrarse unos ojos grandes y profundos, cabeza y cuerpo con formas redondeadas y de gran tamaño o incluso ausencia de algunas partes indispensables de la anatomía de los mamíferos, como la boca o las manos o garras. Algunos de los ejemplos más destacados son Pikachu, Hello Kitty, Doraemon o Totoro, entre otros. Regresando al terreno de los *yōkai*, *Nurarihyon no mago* aplicó el mismo patrón en algunos de sus diseños, mezclados con ilustraciones antiguas de *yōkai* aparecidas en manuscritos y dotando a muchos otros personajes de un aire *shōnen* para adaptarlo al estilo del manga y al público objetivo.

Sin embargo, no fue hasta la aparición de *Yo-kai Watch*, un fenómeno de masas multimedia, que no se consolidó y fosilizó este nuevo aspecto tierno de los *yōkai* en la mente japonesa y mundial. Con el lanzamiento del primer videojuego de rol para la consola Nintendo DS en 2013, la transformación *kawaii* de los seres sobrenaturales japoneses alcanzaba un punto de no retorno. El protagonista es Keita/Nate, un niño de 10 años que va encontrando *yōkai*—o *yo-kai*, como se denominan estos seres en la franquicia— con la ayuda de un reloj misterioso y que más tarde puede invocar a aquellos *yōkai* con los que establezca amistad a través de unas medallas especiales con la imagen del espíritu en cuestión. Este planteamiento ya presupone una estrategia comercial implacable destinada a retroalimentar las ventas de la franquicia con todo tipo de *merchandising*: peluches, figuras, colecciones de medallas en las que va a predominar una cierta estética dulcificada, ya que el videojuego está orientado principalmente a niños. Solo hay que ver que el protagonista está acompañado de Whisper, un fuego fatuo blanco con rasgos faciales y Jibanyan, un gato rojo con dos colas. Ambas criaturas protagonizan los gags cómicos del juego y su torpeza bien les garantiza la esencia *kawaii* que tanto gusta.



Nintendo, Niantic, The Pokémon Company, *Pokémon GO* [Videojuego para teléfonos móviles], 2022.

El paso a *kawaii*: Consecuencias psicológicas y sociales

¿Cuál ha sido el cambio de mentalidad respecto a los *yōkai*? He ahí donde reside el abismo que separa al monstruo del ser adorable. Al convertir a un *yōkai* monstruoso en algo *kawaii*, se sugiere una especie de “victoria moral” sobre el miedo que estos seres infundían en los antepasados, es decir, ese terror que antaño provocaban los *yōkai* queda automáticamente superado desde un punto de vista racional. Así, se le priva al monstruo de todas las herramientas que lo convierten en un ser terrorífico y se le domestica mediante el colecciónismo, la cosificación —convertirlo en un objeto consumible o contemplable detrás de un escaparate o vitrina— o el hecho de “encerrarlo” en una pantalla. Lo que antes inspiraba temor ahora inspira ternura, simpatía e

incluso compasión. Y eso es precisamente lo que desposee al ser monstruoso de todo poder para infundir temor. Así, el monstruo paradójicamente se transforma en algo propio del mundo infantil, libre de seres terroríficos.

La transformación *kawaii*, además de blanquear la imagen del *yōkai* —suavizar la percepción terrorífica que antaño se tenía de ellos, transformándolo en un ser puro y dulce— y de convertirlo en un ser inofensivo —o casi— también cumple otro papel muy importante en la cultura popular. Se trata de una forma más amable de divulgación cultural a través de la cultura popular o el denominado *soft power*: el envoltorio *kawaii* proporciona un espacio más azucarado, seguro, amplio, divertido y apto para todas las edades que posibilita acercarse al misterioso universo de los *yōkai*. Multitud de personas de Japón y de alrededor del mundo han llegado a conocer a estos espíritus gracias a franquicias como *Pokémon* y *Yo-kai Watch*, un tema que muy posiblemente antes hubiese pasado desapercibido.

A pesar de todas estas bondades, este blanqueamiento de la imagen del monstruo mitológico también esconde su parte negativa. Como ya se ha mencionado en la introducción, los *yōkai* antiguamente eran criaturas envueltas en misterio. Cada comunidad, tribu y aldea tenía sus propias creencias y sus propios espíritus y deidades. En el día de hoy, este lavado de cara, esta domesticación y mercantilización que su imagen ha sufrido supone la desposesión y desaparición de aquel halo de misterio que antaño les rodeaba. Esto, a su vez, también da al traste con una parte espiritual e íntima que caracterizaba a la cultura japonesa de antaño. El *kappa* es ahora una criatura tiernamente abrazable, amante de los niños —cuando antes se los comía— y la *yukionna*, la mujer de las nieves, es ahora una jovencita tierna a la que le cuesta controlar sus poderes de congelación, cuando hace siglos era un espectro femenino pálido que congelaba a los hombres que se perdían en su montaña. Aunque en estos nuevos seres veamos el tenue reflejo de lo que antaño eran, la modernidad ha convertido a estos monstruos en afectuosos y tiernos compañeros de juego.

En una era en la que el *marketing* y el capitalismo agresivo monetizan antiguas creencias, supersticiones y leyendas y en la que el furor por lo *kawaii* lo inunda todo, ¿Qué solución les queda a los seres sobrenaturales japoneses? Adaptarse a los nuevos tiempos o desaparecer en las arenas movedizas del olvido.

artzhangqingfeng de Pixabay, Suzaku [Fotografía digital], 2015.

Bibliografía

Allison, A. (2004). "Cuteness as Japan's Millennial Product", en Tobin, J. (Ed.) *Pikachu's Global Adventure: The Rise and Fall of Pokémon*, (pp. 34 - 49) Durham, NC, y Londres: Duke University Press.

Brzozowska-Brywczynska, M. (2007). "Monstruous/Cute: Notes on the Ambivalent Nature of Cuteness", en Niall, S. (Ed.) *Monsters and the Monstruous: Myths and Metaphors of Enduring Evil*, (pp. 213 - 228) Ámsterdam: Editions Rodopi.

Foster, M.D. (2015). *The Book of Yōkai: Mysterious Creatures of Japanese Folklore*. Berkeley: University of California Press.

Foster, M.D. (2009). *Pandemonium and Parade: Japanese Monsters and the Culture of Yōkai*. Berkeley: University of California Press.

Kinsella, S. (1995). "Cuties in Japan" en Skov, L. y Moeran, B. (Eds.) *Women, Media and Consumption in Japan*. Honolulu: University of Hawaii Press.

May, S. (2019). *El poder de lo cuqui*. Salamanca: Alpha Decay.

