
CONSTRUCCIONES JAPONESAS

RAFAEL REYES-RUIZ

*Profesor Asistente de Estudios sobre la Globalización, Departamento de Ciencias Sociales
Zayed University, Dubai (UAE)*

Rafael.ReyesRuiz@zu.ac.ae

Traducción de Lina Bojanini

RESUMEN Desde la perspectiva de la antropología visual, este artículo examina la disposición estructural de un parque temático europeo en Japón, donde el esparcimiento, facilitado por las tecnologías fotográficas, refuerza de forma activa la orientación eurocéntrica de la internacionalización japonesa.

ABSTRACT From a Visual Anthropology perspective, this article discusses how the structural arrangements of a European theme park in Japan mediated by photographic technologies facilitates an entertainment experience that reinforces the Eurocentric orientation of Japanese internationalization.

173

PALABRAS CLAVES:

Antropología visual, parques temáticos, Japón.

KEYWORDS:

Visual Anthropology, Theme Parks, Japan.

CONSTRUCCIONES JAPONESAS

RAFAEL REYES-RUIZ

L

A CULTURA JAPONESA ha sido reformada de manera continua por los contactos de esta nación con el resto del mundo. Hacia finales del siglo XIX, los ideólogos del nuevo Estado japonés dirigieron su mirada hacia Occidente como modelo para su país; así lo demuestra el lema de la época: “Deja el Asia y únete a Europa”. La retórica de la reforma nacional sirvió como la base discursiva que eventualmente justificó el colonialismo japonés en la región, el cual terminó parcialmente con la derrota de Japón en la Segunda Guerra Mundial. En el período subsiguiente a la guerra, se dieron las condiciones para la alineación cultural contemporánea de Japón con Occidente, especialmente con Estados Unidos, que era en ese momento tanto el amo de la derrota japonesa como un benefactor voluntario de la reconstrucción de dicho país. La ocupación estadounidense introdujo una nueva constitución que desarticuló de manera eficaz el aparato militar japonés y su control sobre la

174

1. En 1889, Fukuzawa Yukichi, fundador de la Universidad de Keio (una de las seis universidades del Ivy League en Japón) y cofundador de uno de los dos grandes partidos anteriores a la guerra, escribió: “Aunque nuestro país está ubicado en el borde oriental de Asia, el espíritu de nuestra gente ya abandonó las costumbres retrógradas asiáticas y abrazó la civilización occidental. Tenemos aquí dos países vecinos desafortunados, China y Corea. Aunque antiguamente su gente compartía con Japón una educación similar en cuanto a las doctrinas o costumbres de tipo asiático, ahora, ellos por alguna diferencia racial o por alguna diferencia formal en el interior de esa educación heredada... no comprenden el sendero de la reforma nacional... Al elaborar políticas actuales no disponemos de tiempo para esperar su despertar y revivir el Asia conjuntamente... no les podemos dar un trato especial sólo porque son nuestros vecinos, debemos tratarlos tal como lo hacen los occidentales” (Dower, 1986). Debe señalarse que el concepto de civilización occidental, al igual que el de civilización china, previa fuente cultural de Japón, eran señalados con frecuencia como separados de la tradición japonesa “autóctona”. Expresiones como “civilización china y espíritu japonés” y “civilización occidental y espíritu japonés”, usadas como eslóganes nacionales en diferentes épocas, sirvieron para justificar la importación de nuevas tecnologías y conservar simultáneamente una esfera aparte para la cultura japonesa autóctona. Para un estudio de las (re)formulaciones culturales japonesas, véase Harootunian (1988).

producción industrial, el flujo de la información y la política exterior; se efectuaron cambios en el sistema educativo y en las leyes de herencia y de propiedad para que se ajustaran de forma adecuada a nuevas realidades políticas, y el emperador y el sistema imperial fueron secularizados para poder establecer la libertad de cultos. La Guerra Coreana consolidó esta relación, ya que le dio a Japón la oportunidad de reconstruir rápidamente su infraestructura industrial, importar nuevas tecnologías y acumular capital.

Por otra parte, la relación de Japón con el resto del Asia no sufrió ningún cambio cualitativo importante. Corea y Taiwan, que anteriormente habían sido colonias japonesas, emprendieron proyectos propios de industrialización acelerada, y se inclinaron por conservar lazos más cercanos con Occidente que con su antiguo amo colonial. La negativa de Japón a ofrecer disculpas oficiales por los crímenes de guerra, al igual que la renuencia de su Ministro de Educación a incluir la historia de la agresión japonesa en los libros de texto de las escuelas públicas, ha contribuido a acrecentar la tensión en esta relación². Los llamados para llevar a cabo una mayor “internacionalización” (*kokusaika*) que promueva la apertura y el carácter cosmopolita en el Japón, se han traducido hasta ahora principalmente en un aumento de las exportaciones de productos, capital y tecnología japoneses hacia el resto de Asia, y en un intercambio cultural relativamente escaso. En el Japón de principios del siglo XXI resulta todavía extraño encontrar un interés activo por las culturas y las lenguas asiáticas³.

Esta apertura selectiva y limitada de Japón, asociada a la incapacidad estatal de reconocer abiertamente su papel durante la Segunda Guerra Mundial, ha suscitado críticas dentro y fuera del país, que pueden resumirse en la afirmación de que se comporta como si no hiciera parte de Asia. En este contexto de intercambio y memoria selectivos, quiero volver la mirada hacia un conocido parque temático europeo donde el esparcimiento facilitado por las tecnologías fotográficas refuerza en forma activa la orientación eurocéntrica de la internacionalización japonesa⁴.

2. Aquí hago referencia a la controversia sobre omisiones e imprecisiones en los textos japoneses de historia utilizados en la escuela intermedia y superior. Los críticos han señalado, por ejemplo, que los libros de ahora emplean eufemismos como “incurción” (*shinshutsu*), en vez del término “invasión” (*shirryaku*), que es más concreto, para referirse a los eventos que tuvieron lugar con la movilización de las tropas japonesas hacia otras partes de Asia durante la guerra, y la dominación subsiguiente de la población civil. El asunto de la amnesia histórica japonesa oficial volvió a ocupar las primeras planas en abril de 2005 con las demostraciones públicas de los chinos contra la petición de Japón para ser miembro permanente del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas. Véase <http://edition.cnn.com/2005/WORLD/asiapcf/04/09/china.japan.protest.ap/index.html>. Para informes sobre la expansión de Japón en Asia, véase Dower (1986).

3. Éste fue uno de los temas de la Asian Studies Conference Japan a la que asistí en Tokio en 2002. Aunque varios miembros del panel mencionaron que había habido un aumento en el turismo hacia el resto de Asia, e incluso en el aprendizaje de las lenguas coreanas y chinas, la principal preocupación dentro de la comunidad académica era la falta de interés de los estudiantes por la historia y la cultura de la región.

4. La investigación para este artículo hacía parte de un proyecto mayor sobre la acogida de los extranjeros en la

PAISAJES ARTIFICIALES E HISTORIA SELECTIVA

Algunas de las atracciones turísticas de construcción reciente en Japón incluyen lugares donde se hace una simulación de lo cultural y de lo natural: hay playas artificiales encerradas y completamente cubiertas cerca de las costas, pistas de esquí con nieve sintética en centros metropolitanos y parques temáticos nacionales e internacionales por doquier. El Huis Ten Bosch (HTB), en Kyushu, un parque temático holandés que lleva el nombre de la residencia oficial de la reina Beatriz de los Países Bajos, es quizá el parque cultural más grande y conocido de Japón. Recrea una ciudad imaginaria de Holanda, combinando casi todos los temas reconocibles de la arquitectura de este país, como los canales de Amsterdam, una plaza del siglo xv, varios molinos de viento tradicionales —activos y mecánicamente precisos—, un palacio y un museo reales, una torre de iglesia y un magnífico hotel del siglo xix, entre otros⁵. Estas estructuras fueron construidas como réplicas exactas; para ello, se utilizaron elementos importados como ladrillos, muebles y obras de arte, incluyendo estatuas de bronce para los lugares públicos. Animadores y artesanos, de Holanda y de otros países europeos, como artistas callejeros, conductores de taxi, fabricantes de queso y otros, vestidos con los trajes típicos holandeses del siglo xviii, desempeñan sus labores cotidianas en el parque en horarios programados, para darle a éste un aire de verosimilitud⁶. Alrededor del parque florecen cerca de 300.000 tulipanes en jardines impecablemente cuidados. Contiguo al HTB hay un complejo habitacional, también de estilo holandés, que utiliza sectores del parque como ciudad.

176

sociedad japonesa, y está descrito parcialmente en mi disertación doctoral sobre los inmigrantes latinoamericanos en Japón (2001). En general, la mayor discriminación es hacia los asiáticos, y la menor, hacia los europeos caucásicos. Como lo sugería al principio de este artículo, la acogida de otros en Japón se ha visto moldeada por los contactos e intercambios de este país con el resto del mundo. Véase Silverberg (1997) para asuntos sobre representaciones del yo y otros en el contexto del colonialismo japonés en Asia. Véase en Weiner (1997) aspectos sobre la discriminación racial pasada y presente.

5. Otras construcciones incluyen "Dom Tower", una réplica de la torre de la Catedral de Utrecht, la de mayor altura en los Países Bajos, y un ala completa de la Universidad de Leiden, que fue enviada por barco y ensamblada en el parque en su forma original.
6. Éste es un recuento de la historia del parque según la página web oficial de HTB (<http://english.huistenbosch.co.jp/>): "Durante el verano de 1979, el Sr. Yoshikuni Kamichika, el fundador del Huis Ten Bosch, hizo su primer viaje a Europa. El esplendor natural del mar Mediterráneo le recordó la bahía de Omura. Pensó que, a pesar de su hermoso paisaje, Omura no atraía esa cantidad de visitantes. El Sr. Kamichika sopesó las posibilidades de convertir la hermosa área de la bahía en un lugar excepcional. De repente pensó en la pequeña isla de Dejima, cerca de Nagasaki, desde donde sólo a los holandeses se les permitió llevar a cabo actividades comerciales durante el período de aislamiento nacional de Japón, y la relevancia del rol que tuvo esa isla en la historia del país. Así nació la idea de construir un "Dejima moderno". Durante la visita del Sr. Kamichika a los Países Bajos, conoció la antigua costumbre holandesa de ganar terreno al mar y urbanizarlo... Kamichika decidió construir una ciudad en Japón que combinara la planeación urbana holandesa con la tecnología japonesa. La construcción del Huis Ten Bosch comenzó en octubre de 1988... y el 25 de marzo de 1992, abrió sus puertas. El costo total del proyecto fue de US\$2,500 millones.

Aparte del énfasis sobre la autenticidad, el HTB también tiene una función narrativa. La disposición de los edificios y de otras estructuras alrededor de temas científicos y culturales está concebida para conmemorar un período específico de la historia de Japón, período que tiene gran relevancia hoy en día, ya que señala el comienzo de su rápida y exitosa modernización: la llegada de las tecnologías occidentales. Los primeros europeos que arribaron a las costas japonesas, trayendo consigo el cristianismo y armas modernas, fueron los españoles y los portugueses. Sin embargo, durante la política de aislamiento entre 1600-1868, fueron los holandeses quienes mantuvieron activo el comercio con Occidente, desde puertos localizados estratégicamente cerca de la ciudad de Nagasaki, en la punta de la isla Kyushu; HTB está ubicado en esta área, en un pedazo de tierra que se le ganó al mar.

A los visitantes del parque se les recuerda, a través de publicaciones y de abundante material audiovisual, la forma en que el saber occidental le permitió a Japón modernizarse y el papel que desempeñaron los holandeses en ello; algunas de las atracciones están diseñadas para señalar aportes específicos como la ingeniería hidráulica y técnicas quirúrgicas⁷. Una invitación a explorar HTB es, por lo tanto, mucho más que un llamado a deleitarse en la fantasía de visitar a Holanda. Es también un llamado a ver parte de la historia, una historia particular que puso en marcha la rápida supremacía de Japón en la comunidad de naciones: una historia del éxito. Lo que sigue sin contarse, porque no existen estructuras que lo conmemoren, es que los puertos de Kyushu y de otras islas del archipiélago japonés fueron también puntos de entrada de productos y cultura asiáticos, antes y después de la influencia occidental. El budismo, la alfarería y la escritura, para nombrar sólo unos cuantos elementos, llegaron a Japón desde diferentes regiones del Asia a través de China y Corea⁸. La ausencia total de reconocimiento de las influencias asiáticas sobre la cultura japonesa es un punto particularmente sensible para los gobiernos chino y coreano a la luz de la negativa del gobierno japonés a reconocer haber obrado mal durante el período de expansión y agresión imperiales en la primera mitad del siglo xx.

7. En el multimedia Horizon Adventure, los visitantes pueden experimentar las inundaciones que devastaron a los Países Bajos durante siglos, y observar los avances de la ingeniería hidráulica para hacerles frente. En el "Museo von Siebold" se muestran otros avances tecnológicos con explicaciones detalladas. Algunas de las atracciones se centran en tecnologías específicas u oficios como el AstroGebouw (astronomía holandesa y europea); Cheese Farm (tecnología para lácteos); Golden Hop (fabricación de cerveza) y Música Fantasía (instrumentos musicales).

8. Además, las referencias de las influencias asiáticas sobre la cultura japonesa no se celebran de forma abierta en Japón. Existe, sin embargo, un mercado limitado para la producción cultural asiática, bajo el rótulo de "étnico" (*esunikku*), de manera similar a los de Estados Unidos y Europa. El distintivo homogeneizador de "étnico" para los productos asiáticos es también muy elocuente si se compara con los productos europeos, a los cuales se les da un claro sentido de origen nacional (cocina italiana, traje francés).

VIAJES CULTURALES

Las agencias de viaje y los medios de comunicación promueven parques temáticos europeos como el HTB conjuntamente con los destinos turísticos tradicionales. Hasta la década de los ochenta, como lo observa Marilyn Ivy (1995), los escenarios tradicionales como destinos turísticos habían sido asociados con la idea de un (re)descubrimiento del Japón antiguo, un Japón que para muchos nativos ya se había vuelto “exótico”, debido a la fuerza homogeneizadora de la modernización. Las campañas publicitarias durante esa década le apostaron a una lógica basada en la nostalgia y centraron su imaginería en un estereotipo femenino occidentalizado, ciudadano, que ahora regresaba a un Japón “tradicional”, de monumentos, templos y estilo de vida rural. La publicidad actual para el HTB, que incluye panfletos, folletos informativos, el sitio en Internet y otros medios electrónicos, también le apuesta a una lógica de retorno y nostalgia, aunque más a tono con las realidades de un mundo globalizado y de un Japón supuestamente “internacionalizado”.

La experiencia del viaje como una forma de descubrimiento visual de la historia y la tradición es una costumbre muy arraigada en Japón. Ivy (1995), al discutir la relación entre el viaje y los parajes visitados, señaló que en esta nación, “incluso el viaje poético de los personajes históricos y clásicos ha estado íntimamente asociado, durante mucho tiempo, con la contemplación de sitios designados de manera convencional como lugares relevantes” (37). Desde la creación del Estado japonés, las excursiones empresariales y escolares seguían esta costumbre, y seleccionaban itinerarios bien conocidos, que solían incluir templos budistas y santuarios sintoístas de importancia. Las excursiones empresariales, sin embargo, tienden a preferir destinos donde se puedan combinar esparcimiento y cultura en un mismo lugar, tales como complejos históricos cercanos a aguas termales o a centros vacacionales en las montañas. En las últimas décadas, no obstante, Disneylandia Tokio y muchos otros nuevos parques temáticos culturales se han convertido en los sitios más visitados por las excursiones escolares y han desplazado lugares tradicionales significativos, como las antiguas capitales de Kioto y Nara y sus tesoros culturales.

Desde la década de los noventa, los folletos turísticos de Kyushu patrocinados por los Ferrocarriles Nacionales de Japón sugerían itinerarios que combinaran lo mejor de ambos mundos: la historia y el entretenimiento, o lo que se ajusta mejor a lo que quiero mostrar: la historia como entretenimiento. Un paquete turístico de tres días, por ejemplo, incluía en el primer día el Santuario Ise, el más sagrado de los santuarios shinto por su conexión con la familia imperial; al día siguiente, “Mundo español”, un parque que recrea algunas de las construcciones más representativas del turismo de España, y el último día, en el Huis Ten Bosch. El combinar lugares tradicionales con parques temáti-

cos europeos cambia la lógica que apuntaba hacia “el Japón antiguo” como un punto de regreso utópico, y la convierte en algo más congruente con el discurso sobre la *Kokusaiika* o la internacionalización de Japón. Modifica la dirección de “descubrimiento” desde uno de raíces autóctonas hacia otro que incluye la influencia europea. De esta manera, se le concede un origen simbólico a la producción cultural contemporánea en Japón, bastante criticada por copiar a Occidente.

FOTOGRAFIAR EL DESEO

En las secciones anteriores, propuse una interpretación del *HTB* como un lugar para el re-cuento de una narrativa histórica particularmente deseada. Me interesa también interpretar el parque como un escenario para la recreación de un conjunto de deseos más concretos: el deseo por los cuerpos y los paisajes europeos. Pienso que las herramientas mediadoras en este proceso son las tecnologías fotográficas.

Las dimensiones utópicas de la fotografía y de otras tecnologías de representación fueron anunciadas por Walter Benjamin (1968). En su ensayo fundacional “La obra de arte en la época de la reproducción mecánica”, Benjamin planteaba que las nuevas tecnologías podrían (según el deseo público) acercar las cosas a nivel espacial y humano, y también (al permitir que la reproducción fuera al encuentro del espectador... en su propia situación particular) lograr la reactivación del objeto reproducido” (223). Por ejemplo, la fotografía de un paisaje o de un yo específicamente deseados contiene el potencial de producir múltiples re-creaciones y goces subsiguientes. Es decir, sirve para acortar la distancia entre el objeto o el yo deseados y el yo que observa. Los objetos seleccionados o deseados, en este caso, sin embargo, no son aleatorios, y como lo expuse anteriormente, se relacionan con circunstancias históricas y políticas particulares.

Para describir la naturaleza de ese “acortamiento”, encuentro útil el concepto de ideología de Louis Althusser (1972), definido por él como “la representación de la relación imaginaria de los individuos con sus condiciones de existencia reales”. En otras palabras: la ideología permite que la gente ejecute cambios en su realidad para acomodarse a su imaginación. Cuando la fotografía se convierte en una experiencia comunitaria, es decir, cuando muchas personas participan de un comportamiento fotográfico que pone de relieve relaciones iguales o similares entre sujetos y objetos, la fotografía se convierte en el puente ideológico entre la gente y los objetos. La puesta en escena, la disposición de los objetos y las posiciones de los sujetos en relación con los objetos deseados es lo que cristaliza el aspecto ideológico de la experiencia fotográfica.

Durante mi trabajo de campo en Japón, las fotografías fueron las herramientas más útiles para ilustrar asuntos de identidad y diferencia. Mientras discutíamos la acogida de extranjeros en ese país, dos de mis informantes japoneses, una mujer de unos veinticinco años y su pareja, me mostraron fotografías de un viaje reciente al Huis Ten Bosch, adonde habían ido para contraer matrimonio. Aunque al principio habían tenido la intención de casarse en Europa (Roma era su primera opción), optaron por un paquete vacacional de Kyushu para que muchos de sus amigos y parientes cercanos pudieran asistir a la ceremonia. Escogieron al HTB porque habían visto un documental en televisión sobre el parque y la ceremonia de bodas, que lo comparaba de manera favorable con los paquetes de ceremonias nupciales en otros parques temáticos.

Aparte de las fotografías matrimoniales tomadas por fotógrafos profesionales en una capilla especialmente diseñada en el segundo piso del “Pasaje”, un área comercial dentro del parque a la manera de las galerías comerciales europeas del siglo XIX (los mismos espacios que llamaron la atención de Walter Benjamin para su trabajo inconcluso sobre “El libro de los pasajes”), su fotografía predilecta era una de varias que se le tomaron a la novia y algunas de sus amigas frente al Palacio Real, una construcción a la que se refirieron como “el edificio más hermoso que jamás habían visto”. En la foto, hecha también por uno de los fotógrafos profesionales del parque, la novia y sus amigas están en las escalinatas del palacio y lucen trajes holandeses tradicionales del siglo XVIII. A diferencia de las otras fotografías donde todo el mundo está relajado, haciendo una V con los dedos, o manifestando de cualquier otro modo su alborozo, las mujeres de la foto aparecen sonrientes pero en una pose formal, llamando la atención hacia sus disfraces alquilados, como en un retrato. Sin embargo, lo más importante es que la foto fue tomada a una distancia que permitía una vista completa del palacio y de algunos de los edificios circundantes; las mujeres estaban en el centro pero ocupaban menos de una cuarta parte de la superficie de la imagen. En este sentido, las fotografías eran tanto de los edificios como de las mujeres.

Cuando pregunté por qué habían escogido ese ángulo en particular, respondieron que era un punto especial para tomar fotografías, marcado en el piso por la administración del parque con ese propósito. Ese punto, de acuerdo con un empleado del HTB, había sido diseñado para “aumentar el efecto de realidad del retrato”. En efecto, la foto no era simplemente la representación de unas mujeres disfrazadas en un entorno artificial. Aquí, el entorno, sin lugar a dudas, era tridimensional y a gran escala. Había pistas sutiles en la imagen que le indicaban a un espectador atento que no había sido tomada en Holanda, como la relación de la ubicación de los edificios entre sí (la narrativa de la disposición sigue la lógica del entretenimiento y del deseo, propia de un parque

temático, y no la de la planeación urbana) y la ausencia de tráfico vehicular, o algunas otras señales de vida urbana contemporánea.

Al hacer comentarios sobre los recuerdos ligados a las fotografías, la pareja afirmó que las imágenes del palacio “eran las más divertidas”, porque les permitían “representar sus fantasías”, a diferencia de las otras fotos de la boda, hechas para satisfacer las expectativas de la familia y los amigos. Para la novia, y también hablaba por sus amigas, lo más divertido fue tener el placer de “lucir un disfraz tan espléndido” en el escenario adecuado. En algunas de las otras imágenes aparecían las amigas y parientes mientras se fotografiaban unas a otras con los trajes puestos. La novia expresó que el aspecto más impresionante de los disfraces (incluidos los accesorios) era su “autenticidad”, pues habían sido diseñados y manufacturados por artesanos holandeses, con materiales importados.

Es importante anotar aquí que en Japón, como en muchas otras sociedades, el placer fotográfico está asociado con ritos de paso, viajes y otros eventos significativos. Es también claramente un asunto “femenino”. Por ejemplo, en el festival *Shichigosan* que se celebra en noviembre, participan niñas entre los tres y los siete años de edad vestidas con kimonos muy elaborados, que son fotografiadas frente a un santuario; hacen esto de nuevo a los 20 años (*Seijinshiki*, Día de la Mayoría de Edad), pero esta vez en un estudio fotográfico.

Probablemente, los eventos fotográficos más costosos son las bodas. Son también un negocio grande; la publicidad se encarga de ofrecer paquetes de bodas en todos los medios de comunicación en Japón, sobre todo en los trenes y metros⁹. Las agencias de viajes también preparan folletos de paquetes turísticos hacia muchos destinos en el exterior, particularmente Hawai y el Pacífico Sur, que incluyen una ceremonia nupcial. Una buena parte del costo asociado con los matrimonios, sin embargo, se relaciona con la parte fotográfica. Los espacios para llevar a cabo ceremonias son relativamente escasos y no es raro tener que esperar hasta seis meses. La importancia del lugar tiene que ver con sus múltiples funciones. El escenario ideal, por ejemplo, debe tener una capilla cristiana y un santuario sintoísta, servicios de alquiler tanto de kimonos como de trajes de boda de estilo occidental e instalaciones apropiadas para fotografiar y filmar las ceremonias, de la mejor manera posible. En el НТВ, un plano de la capilla de bodas muestra una utilización del espacio similar a la que se hace

9. Para un estudio sobre las bodas en Japón, véase Goldstein-Gidoni (1997). Basados en un trabajo antropológico de campo realizado en capillas para bodas, los estudios de Goldstein-Gidoni analizan la producción del ceremonial japonés, desde el punto de vista comercial “tras bambalinas”, centrándose en las ceremonias nupciales y no en el matrimonio y, por lo tanto, en las actividades de los productores de bodas y no en los protagonistas. Su principal argumento es que la industria de las bodas participa en el invento y producción de la tradición, tanto japonesa como occidental, con el objetivo del consumo.

en los estudios, con varias cámaras de fotografía y de video instaladas discretamente detrás de las paredes falsas adelante, atrás y a los lados del altar.

Todas las áreas públicas del HTB tienen también una disposición estructural que hace posible el placer fotográfico. Los edificios más impresionantes tienen amplias plazas adelante con puntos señalados para fotos que le permiten a la cámara captar diversos ángulos. Además, el parque se mantiene impecablemente limpio, y por supuesto, libre de cualquier indicio de deterioro urbano.

Estos impresionantes complejos también albergan hoteles y restaurantes, decorados en un elegante estilo europeo, que ofrecen muchos espacios adicionales para fotografiarse. Establecer una comparación concisa entre la experiencia de tomarse una fotografía disfrazado, dentro de un estudio, y la experiencia de sentir realmente una estructura tridimensional y funcional, llevando un atavío concebido de forma apropiada, puede interpretarse fácilmente como una narrativa progresista en la cual la tecnología y el capital actúan para disminuir la fantasía de la experiencia y aumentar el placer de la imitación.

Una comparación entre el costo total de un viaje al HTB y uno a Holanda, que incluya alojamiento en lugares igualmente lujosos y oportunidades similares de placer fotográfico, puede inclinar la balanza a favor del parque. Pero son experiencias distintas, que involucran placeres y también riesgos diferentes. La Europa de "alta cultura", sitios atractivos, etc., puede ser complicada en términos de la planeación del viaje (los vuelos hacia algunas ciudades europeas están, por lo general, completamente vendidos con meses de anticipación, durante la época de vacaciones de Japón) y también en términos de la seguridad personal. Uno de los mitos más manidos en Japón hoy en día tiene que ver con la relativa seguridad que disfruta la gente durante los viajes nacionales, y esta suposición tácita ayuda a promover el HTB como una situación ideal: toda la belleza de Europa sin las complicaciones de los vuelos aéreos y de la seguridad personal.

Para concluir, en el HTB, las tecnologías fotográficas, tales como la disposición tipo estudio de las construcciones monumentales y la presencia y disponibilidad de la escenografía adecuada, le permiten al público espectador "el acercamiento a nivel espacial y humano" de paisajes y objetos de deseo seleccionados. En su función narrativa como estructura conmemorativa, sin embargo, el parque hace parte de un discurso políticamente delicado sobre la historia de Japón y su (re)posicionamiento contemporáneo en la comunidad de naciones.*

BIBLIOGRAFÍA**Althusser, Louis**1972 *Lenin & Philosophy and other essays*, Nueva York, Monthly Review Press.**Benjamin, Walter**1968 *Illuminations*, Nueva York, Schocken Books.**Dower, John W.**1986 *War Without Mercy: Race and Power in the Pacific War*, Nueva York, Pantheon Books.**Goldstein-Gidoni Ofra**1997 *Packaged Japaneseness: Weddings, Business and Brides*, University of Hawaii Press.**Harootunian, Harry D.**1988 *Things Seen and Unseen: Discourse and Ideology in Tokugawa Nativism*, Chicago, University of Chicago Press.**Ivy, Marilyn**1995 *Discourses of The Vanishing. Modernity, Phantasm, Japan*, Chicago, University of Chicago Press.**Reyes-Ruiz, Rafael**

2001 "The Creation of Latino Culture in Japan: An Ethnography of Spanish-Speaking Latin Americans in Tokyo", UMI, Ph.D. dissertation, New School for Social Research.

Silverberg, Miriam1997 "A Picture Story", en Tani Barlow (ed.), *Formations of Colonial Modernity in East Asia*, Durham, Duke University Press.**Weiner, Michael (ed.)**1997 *Japan's Minorities: The Illusion of Homogeneity*, Londres, Nueva York, Routledge.