

**Dra. Laura de Miguel Álvarez**  
Universidad Politécnica de Madrid  
*Dibujo.csdmm@upm.es*  
Universidad Internacional de la Rioja  
*laura.demiguel@unir.net*

# / ¿China está de moda?: De los susurros al disparate.

## **Resumen:**

Este artículo expone la necesidad de asumir como sociedad, que la mayoría de los occidentales tenemos un conocimiento sesgado de las diferentes culturas orientales, a pesar de la influencia y presencia real que sus habitantes y empresas tienen en nuestra cotidianidad. El punto de partida del estudio es un artículo de moda encontrado de forma casual en la web que sirve como detonante de una investigación documentada a través de internet. El fruto de esta es la reflexión que se comparte en este texto con el lector, para que ambos deambulen por una red de sinergias resultantes que confirman la hipótesis inicial: debemos asumir las carencias que tenemos en rasgos generales como sociedad hacia la cultura oriental a la hora de interpretar un mensaje, hecho o conducta determinado.

## **Palabras clave:**

China, oriental, occidental, cultura, moda.

## **Abstract:**

This paper show the necessary accept that the majority of western have a biased knowledge of the oriental cultures differences, in spite of influence and real presence that its residents and their companies have in our everyday nature. The starting point of the study is a fashion document that is found for causality on the web that serves as a trigger for documentary research through internet. The result is a reflection that is shared in this document with the reader, so that both of them wander through the network of synergies that validate the first hypothesis: we must accept the shortage we have as a society of oriental culture when we interpret a message, a fact or certain behavior.

## **Key Words:**

China, oriental, western, culture, fashion.

---

## **Introducción**

Buscando inspiración para generar el contenido de esta aportación, apareció una noticia del periódico El País, que sin duda despertó mi capacidad de ideación. La noticia se titulaba: *China no está de moda*<sup>1</sup>. En ella se hablaba del desacierto que algunas *celebrities* norteamericanas habían tenido acudiendo a la Gala Benéfica MET, evento que da inicio a la exposición de moda anual del Instituto del Vestido del Museo Metropolitano de Arte de la ciudad de Nueva York, al lucir modelos que poco tenían que ver con el tema que Wong Kar Wai, cineasta chino y director artístico de la exposición, había lanzado para inspirar a los invitados (y sus indumentarias) al encuentro. Chinese Whispers: Tales of the East in Art, Film and Fashion (Susurros chinos: cuentos del Este en el arte, el cine y la moda) era el título exacto de la gala, que ponía el foco en la palabra “Susurros” para que nadie se excediera en sus inspiraciones. Pero tal énfasis en la palabra no dejó clara dicha intencionalidad, dando lugar a indumentarias que poco tenían que ver con su significado (ruido suave, remiso). Partiendo de aquella noticia, este texto plantea la problemática que muchos occidentales tenemos a la hora de comprender y resignificar los mensajes de procedencia oriental, planteando algunos de los equívocos que existen entre las diferentes culturas que se relacionan con la acepción oriental, ya que, para empezar, a los ojos de muchos de nosotros lo coreano, japonés, vietnamita y filipino, es chino. Se cierra con la visión que para la autora tiene la acepción “estar de moda” hoy en día en nuestra sociedad, en cuanto al tema en cuestión se refiere.

---

## **Hipótesis**

La mayoría de los occidentales tenemos un conocimiento sesgado de las diferentes sociedades orientales.

La presencia de la cultura china en nuestra vida cotidiana (cultura occidental) está marcada por una relación de interés mutuo, en la que el bajo coste de sus servicios se impone, en muchas ocasiones, a los dados por empresas occidentales.

## **Objetivos**

Presentar referencias de diversos ámbitos que sirvan como evidencia de la existencia de los desajustes de interpretación que hacemos de lo “oriental” desde nuestra cultura. Relacionar las interferencias de la imagen cultural que tenemos de China, con las interpretaciones equívocas que los occidentales hacemos de la misma. Plantear la posibilidad de reflexionar en torno a las bases estereotipadas que tenemos asentadas de la cultura de China en relación a la nuestra y como nos relacionamos y participamos de ella.

## **Método**

El método que se ha seguido para elaborar esta aportación ha sido eminentemente documental y reflexivo. La fuente de datos utilizada principalmente ha sido internet para cada una de las referencias tomadas, que contribuyen y apoyan al discurso que se presenta en texto e imagen.

---

## ***Presentación***

Este apartado expondrá la justificación que apoya la primera hipótesis del estudio: La mayoría de los occidentales tenemos un conocimiento sesgado de las diferentes sociedades orientales.

## ***El desconocimiento por bandera***

Para la mayoría de los occidentales lo coreano, japonés, vietnamita y filipino, es chino. Por ejemplo, a simple vista y teniendo en cuenta que ser fisonomista no es una cualidad inherente a todo ser humano, uno de los primeros escocoyos que encontramos a la hora de distinguirlos físicamente está en la apariencia de su rostro. De forma cotidiana, al encontrarnos con una persona de rasgos orientales, rara vez nos preguntamos si se trata de alguien de origen coreano, japonés, etc. A no ser que estemos familiarizados con alguna de estas nacionalidades, de forma ingenua e inocente, toda persona con rasgos orientales, en primera instancia, suele ser calificada por un occidental como “china”. Según apuntan algunas fuentes, la confusión que tenemos en occidente puede ser debida a que encontramos ciertas similitudes en sus rasgos faciales.

Un estudio de la universidad británica de Glasgow analiza el porqué de la confusión de los europeos a la hora de identificar nacionalidades asiáticas. Hasta ahora, la respuesta es el ORE, las siglas en inglés del “efecto de otras razas”. Los rasgos faciales de los orientales son muy distintos a los de los europeos y, al no estar acostumbrados a ver estos rostros, generalizamos en nuestro reconocimiento<sup>2</sup>.

Pero en otros escenarios también estamos cotidianamente participando del mito de “todos los chinos son iguales”, o “todo lo que tiene apariencia oriental, simplemente, es chino”:

Es bastante habitual utilizar la acepción “chino” para todo aquello que tenga aires orientales, como por ejemplo la escritura, los palillos para comer, las artes marciales, algunos objetos ornamentales, incluso las imágenes de carácter místico.



Fig. 2. Esquema gráfico de diferencias faciales (ojos, nariz y boca) entre ciudadanas coreanas, chinas y japonesas.

Japonés 木口お元気ですか Horo ogenkidesuka	Coreano 홀로는 방법입니다 holloneun bangbeob-ibnida	Chino (Tradicional) 霍洛你怎麼樣 Huò luò nǐ zěnmé yàng
--	---	--

Fig. 3. Diferencias entre el chino, el japonés y el coreano apreciables a simple vista.



Fig. 1. Viñeta del blog “Mi imaginación y yo”.



Fig. 4. Útiles para comer de diferentes regiones orientales.



Fig. 5. Artes marciales del mundo.



Fig. 9. Budismo Japonés.



Fig. 6. Y Fig. 7. Farolillos tradicionales chinos y japoneses.



Fig. 8. Buda Sonriente Chino.



Fig. 10. Budismo Tailandés



Afinando en el tema de estas confusiones debemos plantearnos que, más allá de los errores que los occidentales cometemos al confundir estas culturas en un plano visual (a simple vista), cómo hemos expuesto anteriormente, existen ciertos rasgos característicos en dos de estas sociedades, la

china y la japonesa, que tienen que ver con enfoques culturales (y no tanto visuales) que merecen exponerse en este texto para visibilizar la poca pertinencia de nuestros equívocos. Para hacerlo, como punto de partida encuentro la siguiente entrada del año 2012, bajo el titular

“En qué pensamos distinto los occidentales de los orientales”<sup>3</sup> :

*La cultura y la educación influyen en la toma de decisiones y en la percepción de la realidad de cada persona. Así, un occidental y un asiático no ven el mundo de la misma manera. La ciencia acaba de confirmar cuáles son las diferencias.*



**Fig. 11 y 12. Terremoto y tsunami de Fukushima. 2011.**

En dicha publicación, Sandri Piergiorgio (2012), nos coloca delante de estudios, precedidos de casos reales. En un principio recurre a un caso real relacionado con el desastre de Fukushima en Japón, en el año 2011. En la narración expone que la única manera que tenían sus gentes de poder contactar con los familiares para informar de que estaban bien, era a través de un teléfono público. En medio de aquel caos, los japoneses que llegaban a la cabina realizaban una única llamada y seguidamente se volvían a colocar en el final de la interminable cola de personas que les seguían a sus espaldas de forma

“ordenada y respetuosa”. De este modo permitían que todos pudiesen hacer al menos una llamada. Este relato nos trae algo que se puede observar en las calles de Japón de forma cotidiana. Quien camina por ellas se puede cruzar con personas que lleven una mascarilla quirúrgica puesta. En primer lugar, uno puede pensar que se debe a que en ese momento haya algún tipo de índice alto de polución o algún virus que pueda provocar una epidemia, pero no, en la mayoría de los casos se debe a que, seguramente, esas personas están enfermas. Pero no de ninguna enfermedad grave, sino de algo tan

corriente como un simple resfriado. Portando esa mascarilla se aseguran de no exponer al resto de sus conciudadanos al mal que ellos padecen. A colación de esto, hallé un vídeo en internet, en el que un turista hispanohablante grababa impresionado desde su móvil el proceder de los usuarios del metro de Japón a la hora de entrar y salir de los vagones. La razón que llevaba a este turista a registrar un hecho tan cotidiano para cualquiera, era que el respeto y, sobre todo, el orden primaba en dicho acontecimiento ordinario. Pero el contraste lo encontré en otro video de entradas y salidas del metro de diferentes ciudades del mundo, entre las que se encontraba el metro de China. En él se aprecia un modo de proceder muy distinto del de sus vecinos nipones, ya que incluso se ve claramente como un pasajero intenta salir del vagón del metro, pero la multitud que se le viene encima en el sentido contrario, le obligaban a entrar de nuevo en el vagón.



**Fig. 13. Usuarios del metro de Japón.**



**Fig. 14. Y Fig. 15. Metro de Japón y metro de China.**

Se destacan estos acontecimientos porque son bastante distintivos, junto con los ya mencionados anteriormente, como para que los occidentales empezásemos a plantearnos que la confusión estereotipada entre la cultura china y la japonesa no tiene sentido.

### *Ver y percibir para reinterpretar y comprender*

El paradigma que definía la entrada de la noticia publicada por Piergiorgio, nos hablaba en su interior de que la ciencia había podido confirmar las diferencias entre la forma en que vemos (y vivimos) el mundo de distinta manera los occidentales y los orientales.

En esa generalidad alcanzan que los factores variables no están sujetos a ninguna cuestión genética, si no que se trata de factores culturales y sociales. De este modo, el profesor Kimio Kase, que lleva más de treinta y cinco

años en España, acaba de publicar un libro<sup>4</sup>, en el que analiza las diferencias entre el estilo de gestión japonés y el liderazgo en empresas orientales y occidentales. Kase Argumenta:

*Los occidentales siempre necesitan agarrarse a un marco general de referencia y, como un paso siguiente, desarrollan los detalles. Para los orientales, en cambio, los detalles son importantes y a partir de ahí se va construyendo, de forma sucesiva, la estructura que surge después. Como forma mental, los asiáticos van siempre del particular hasta el genérico, mientras que los europeos o los estadounidenses siempre tienen un esquema en la cabeza y luego se van fijando, en un segundo momento, en los elementos secundarios.*

En este punto, no puedo evitar relacionar este esquema de proceder, con la manera academicista de enseñar a dibujar del natural en nuestro mundo occidental. Una de los primeros fundamentos al respecto versa lo siguiente: “hay que ir de lo general a lo particular”. Es algo que , cuan-

do fui estudiante oía todos los años que estuve recibiendo formación en la Facultad de Bellas Artes y que, de manera casi inconsciente, en el presente repito a mis estudiantes de dibujo cuando entramos en los contenidos más clásicos de la asignatura de dibujo en el Centro Superior de Diseño de Moda de Madrid (CSDMM).

Relacionando el planteamiento de Kase en el mundo empresarial con las enseñanzas del dibujo del natural en áreas de Arte y Diseño, podemos extrapolar las diferencias entre el ejecutivo occidental y el oriental al terreno de la representación gráfica y valorar tales diferencias, pero en este caso, entre un dibujante oriental y el dibujante occidental. Como expone Piergiorgio a colación de la obra de Kase, en el pensamiento oriental, el ejecutivo (dibujante en la analogía) se guía más por su intuición, teniendo más en cuenta las circunstancias cambiantes e interacciones sociales que los Occidentales, que se limitan más a examinar y representar la realidad material de manera clara.



**Fig. 16. Dibujos y Collage realizados en un cuaderno de viaje de una visita turística por países de occidente, realizados por un ciudadano oriental.**

Si nos quedamos en el ámbito del dibujo, existe otra diferencia clave que distingue el aprendizaje de la representación gráfica desde la cultura occidental y oriental. Por ejemplo, en cuanto a la representación gráfica del espacio, en la cultura oriental los artistas chinos utilizan la “perspectiva en movimiento”, o por decirlo de otro modo, no utilizan una perspectiva al estilo occidental con un punto de fuga siempre situado en la

misma posición, sino que el punto de fuga esta en movimiento. Este planteamiento, de cara a las enseñanzas del dibujo, supone un hándicap en el aula en un contexto de enseñanza occidental en el que también hay estudiantes orientales, pues cuando en el CSDMM tenemos estudiantes de erasmus que provienen de alguno de estos países, el contenido de asignaturas como dibujo del natural, tiene en cuenta la incorporación del espacio

en la escena en la que se encuentra el cuerpo humano inscrito; o en análisis de la forma en la que se realizan ejercicio de análisis y síntesis de la representación a través de materiales y procedimientos clásicos de dibujo. Al no comprender el espacio con sus puntos de fuga fijos como pasa en la perspectiva cónica (frontal u oblicua), enfrentarse a estos contenidos supone un reto para estos estudiantes (y para nosotros como docentes).



**Fig. 17. Dibujos y Collage realizados por un occidental en un cuaderno de viaje de una visita turística por países de oriente.**





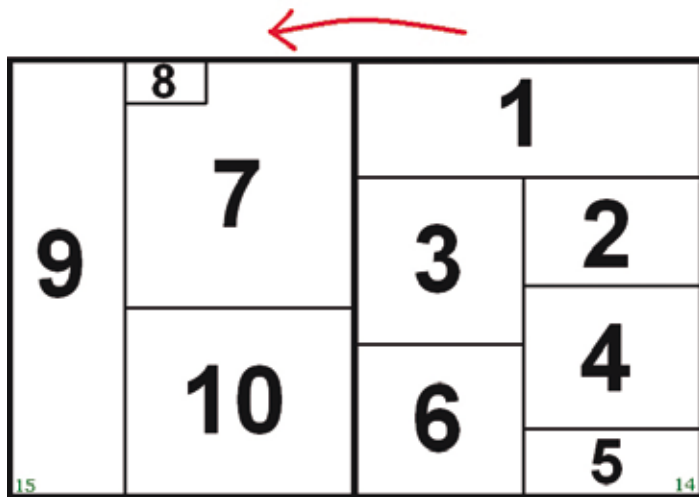
**Fig. 18. Dibujo de perspectiva cónica realizado por un estudiante de análisis de la forma de la Escuela de Arquitectura de la Universidad de Navarra.**



**Fig. 19. Pintura china tradicional.**

Del mismo modo, sucede con los diferentes modos en que escribimos y leemos. Para nosotros, los occidentales, acostumbrados a la escritura de izquierda a derecha y de arriba abajo, nos cuesta mucho trabajo comprender el modo de escritura y lectura oriental, que en ocasiones aparece de arriba abajo, pero

de derecha a izquierda. Un ejemplo claro de esto lo encontramos en la narración de historietas: el Manga<sup>5</sup>.



**Fig. 20. Esta es la página que, por primera vez, advertía a los lectores que tenían que leer el manga “del revés” en “Bateadores” que editó Norma Editorial en los 90.**



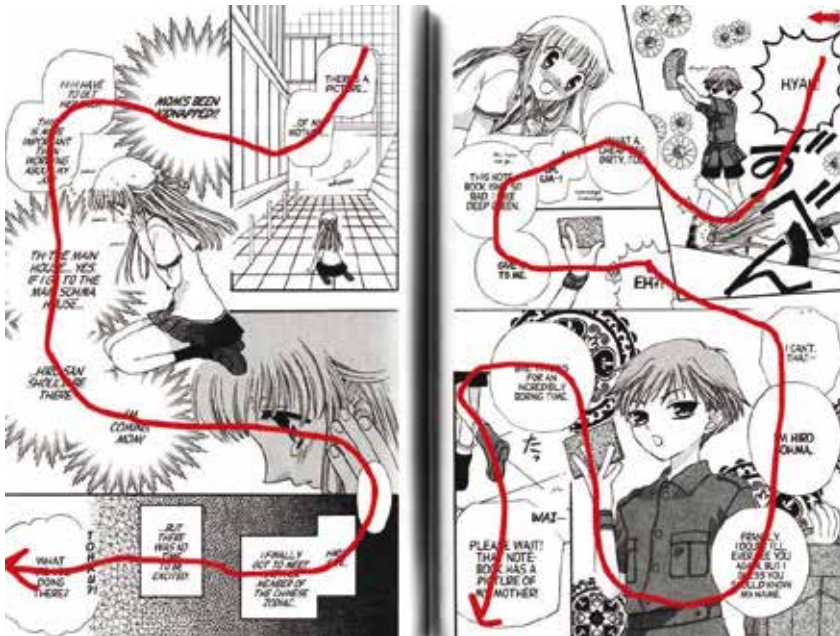


Fig. 21. Esquema que muestra el sentido de lectura de un Manga.

Existe un arduo debate sobre si en estas publicaciones debe manipularse el sentido original de su construcción (textos y dibujos), pues al ser la mayoría realizados en Japón, esto hace que su audiencia de regiones occidentales tenga que realizar su lectura a la manera tradicional en la que los editores lo configuran, que es al contrario de como solemos hacer la lectura de cualquier comic en occidente. Pero más allá de las implicaciones logísticas (temporales, económicas, etc.) que según la propia industria del Manga plantea para hacer dicha conversión, los amantes de estas historias defienden que su consumo se haga tal y como fueron concebidos por sus creadores, pues esto proporciona una señal de identidad característica que, de algún modo, autentifica su origen y la hace especial para el que la lee. A fin de cuentas, la lectura en un sentido u en otro, ofrece maneras diversas de conocer algo

desde un punto de vista perceptivo ya que supone una manera en que el occidental se acerca al modo en que los orientales perciben su mundo.



Fig. 22. Esquema que muestra el sentido de lectura de un Comic.

Takahiko Masuda, de la Universidad de Alberta en Canadá, ha realizado experimentos sobre el tema de la percepción en relación a seguir estableciendo evidencias científicas entre las diferencias de occidentales con orientales, desde un punto de vista cultural y social.

Por ejemplo, en uno de estos estudios, Masuda, les pedía a los participantes que se fijasen en la imagen que tenían delante, en la que aparecían un conjunto de personas. Les preguntaba por la expresión del sujeto que estaba situado en el centro de la imagen, en el primer plano. Con este estudio demostró que los participantes asiáticos, imprimían más tiempo en examinar detenidamente las figuras del fondo de la imagen además que de la del primer plano. Este estudio de Masuda estableció que los occidentales (norteamericanos en este caso), cuando tratamos de percibir como se siente una persona nos centramos en la expresión facial del sujeto, mientras que los asiáticos se centran más en lo que siente cada uno de los miembros del grupo. Ellos perciben a las personas en relación con los demás y sus expresiones son una valiosa fuente de información.



*Image used in Dr. Takahiko Masuda's study.  
Foreground and background characters are all happy.  
University of Alberta*



*Image used in Dr. Takahiko Masuda's study.  
Foreground character is happy, but the background characters are unhappy.  
University of Alberta.*

**Fig. 23 y 24. Ilustraciones que utiliza-  
ba Masuda en su estudio.**

## *Relación de la presentación con el interrogante de la investigación*

Este apartado expondrá la justificación que apoya la segunda hipótesis del estudio: La presencia de la cultura china en nuestra vida cotidiana (cultura occidental) está marcada por una relación de interés mutuo, en la que el bajo coste de sus servicios se impone, en muchas ocasiones, a los dados por empresas occidentales.

## **Interrogante**

Esta aportación titulada ¿China está de moda?: De los susurros al disparate, pretende establecer también una nueva concepción de lo que supone estar o no estar de moda. El interrogante responde al propio interrogante de la autora de la investigación.

El titular del periódico que inspiró esta aportación afirmaba que China no está de moda, y lo hacía en base a la equívoca interpretación que algunos occidentales habían hecho sobre un tema lanzado por el director de cine hongkonés Wong Kar-Wai. El cineasta trató de estimular a los asistentes a la Gala Benéfica MET del año 2015 a que sus vestidos reflejasen de algún modo matices y sutilezas que se pudiesen relacionar con la cultura oriental, a través del tema: Chinese Whispers: Tales of the East in Art, Film and Fashion (Susurros

chinos: cuentos del Este en el arte, el cine y la moda). Pero al contemplar algunos de los resultados, muchos críticos de moda acusaron el desacierto de la mayoría de los diseños ya que poco podían relacionarse con palabras como “susurro” o “cuento”.

de los que provienen muchas de las grandes fábulas chinas. Y que es precisamente donde se encuentra, en su porción más sureste, la región de Hong Kong en la que Wong se crió y recibió su formación<sup>6</sup>. Hong Kong se ha caracterizado siempre



**Fig. 25. Selección de ilustración de la serie publicada en Facebook por Local Studio Hong Kong. Tituladas “Hong Kong no es China.”**

Si se realiza un ejercicio de elucubración sobre el leitmotiv de Kar-Wai, con Susurros chinos tal vez el director pudo referirse a esos paisajes de la pintura tradicional china en la que las flores, pájaros, paisajes de la naturaleza en general, son realizados de manera sutil, elegante, casi como “susurros de tinta” colocados cuidadosamente sobre un papel. Con cuentos del Este en el arte, el cine y la moda podría referirse a aquella zona de China en la que se concentran los llamados “hormigueros humanos”, con elevados niveles de población,

por ser una Región Administrativa Especial de la República China, tras haber sido colonia británica (a pesar

de que en los ochenta Reino Unido y China negociaran la soberanía de Hong Kong) que actualmente mantiene un alto grado de autonomía. Así, podemos entender que existen diferencias significativas entre la China Continental y Hong Kong. Estas diferencias se pueden recibir en formato de insigh<sup>7</sup>, gracias a las provocativas imágenes que publicó en el año 2015 Local Studio Hong Kong, bajo el título “Hong Kong no es China” realizadas por artistas anónimos:



Estas ilustraciones fueron interpretadas por muchos como discriminatorias e incluso como expresión de separatismo. Al respecto lo que plantean es una serie de diferencias sentidas por una parte de los hongkoneses, al menos por aquellos que quieren poner de relieve su falta de deseo de formar parte de aquello que llaman la continentalización (integración económica, social y cultural entre Hong Kong y China). Pero, más allá de creaciones gráficas sujetas a cuestionables juicios de valor objetivos y comunes a toda la sociedad hongkonesa, sí llama la atención un testimonio que encuentro a colación de esto de Man Ng<sup>8</sup>, exmaestro que se dedica a asesorar a un centro de enseñanza:

*En Hong Kong promovemos las mentes abiertas, la creatividad y las habilidades comunicativas, mientras que la escuela china trata de imponer la doctrina del Partido Comunista... A los hongkoneses, sumamente respetuosos con las formas, les irrita además el rudo comportamiento de los chinos, que vienen de turismo en masa y disparan los precios.*

Estas afirmaciones aparecen en un artículo que ponía sobre la mesa el posible desacierto de China a la hora de instaurar “Un país, dos sistemas”<sup>9</sup>, ya que lo que ha propiciado es ahondar en las diferencias entre la península (Hong Kong) y el continente.

Ambas referencias, las ilustraciones y el testimonio del exmaestro, no hacen más que establecer cierta relación con algunas de las dadas anteriormente que tenían que ver con la sociedad y cultura nipona, solo que en este caso se relacione más con una cultura oriental más consciente de ser ciudadana de un mundo en el que también está occidente. En este aspecto, surge



**Fig. 26. Selección de algunas fotografías de los modelos que algunos de los asistentes llevaron a las Gala Benéfica Met del año 2015.**

de nuevo la necesidad de reflexionar sobre del sentido que podía tener para Wong Kar-Wai la frase cuentos del Este en el arte, el cine y la moda. Conociendo ya su lugar de crecimiento y como éste hubo podido influir en los enunciados de frases como la que configuró el leitmotiv de la Gala.

Tal vez trataba de plantear la posibilidad de tender puentes por los que transitar desde occidente hasta su

China natal, a través de narrativas que se escribiesen con aguja y sedal. Podría haber querido dar la oportunidad de que occidente, a través de uno de los eventos con más repercusión mediática en cuanto al análisis de la moda se refiera, al que acuden sobre todo celebridades del mundo del arte y el cine, la Galas Benéfica Met con la inauguración de la exposición titulada “China: Through the Looking Glass” (China: a través del Espejo),

hubiese demostrado que su comprensión de la cultura oriental China es una realidad y no un mito repleto de estereotipos. Pero, desgraciadamente, muchos de los asistentes no pudieron ofrecer gala de tal conocimiento.

## China sí está de moda

Frente a la frase de China no está de moda (haciendo sin lugar a dudas un juego de palabras en el que China, Moda y No presentan el contexto donde acontece el hecho que narra la noticia), a continuación, se plantea porque China sí está de moda.

Con esta afirmación se desea aclarar lo que supone la expresión “estar de moda” para nuestra sociedad. Para hacerlo se plantea de forma breve y clara, la transformación que han sufrido algunas de las pequeñas y medianas empresas de nuestra cultura a partir del desarrollo económico de ciudadanos chinos en nuestro país.

La frase “voy a comprar a los chinos” nos advierte del hecho de que las tiendas de ultramarinos escasean a lo largo de la geografía española y han sido sustituidas en muchos barrios por establecimientos de compra venta de bebidas y alimentos de toda clase que suelen estar regentadas por ciudadanos chinos. La frase “si no lo encuentras en los chinos no lo encuentras en ningún lado” nos advierte del hecho de que las tiendas que surgieron en España en la década de los 90, llamadas tiendas de “Todo a 100 pts”, han sido sustituidas por las conocidas como “los chinos” en las que se puede encontrar todo tipo de productos.



**Fig. 27.** Las tiendas de ultramarinos “de toda la vida” escasean a lo largo de la geografía Española.



**Fig. 28.29.30** Las tiendas que sustituyen a las de ultramarinos “de toda la vida”, suelen estar regentadas por ciudadanos chinos.



La frase “¡fíjate que bien me ha quedado, y ¡muy barato!” nos advierte del hecho de que los centros de belleza y/o estética en los que se realizaban las uñas de porcelana, están siendo sustituidos por kioscos de productos para las uñas chinos, sobre todo presentes en las grandes superficies comerciales.



**Fig. 32. Esteticien haciendo uñas de porcelana a sus clientas en un centro de estética.**



**Fig. 33. Kiosco de productos de uñas chinos. Realizan uñas de porcelana en tiempo record a precios sin competencia.**

La frase “es chino, pero no tiene nada que envidiar al Iphone” nos advierte de la ampliación y aceptación que están teniendo en la cultura occidental, productos tecnológicos como los smarthphone con identidad de marca china que, en un principio, no generaban confianza en el usuario/consumidor. La frase “tienes absolutamente de todo, pero tardan mucho en llegar, ¡claro! ¡Como lo traen de China!” nos advierte de la aparición de espacios de e-commerce masivamente utilizados por ciudadanos occidentales para adquirir productos de todo tipo.



**Fig. 34. GooPhone i6, el clon chino del iPhone 6**



**Fig. 35. Logotipo de Aliexpress. Tienda online en la que la mayoría de sus productos son de procedencia china.**

La frase “me lo compré en el Vips y no veas que curioso, ahora entiendo porque no me salían las cosas como yo quería”, nos alerta del calado que poco a poco van teniendo en la cultura occidental aspectos de la cultura china relacionados con cuestiones místicas y/o espirituales que hace un tiempo pocos eran quienes las tomaban en consideración.



**Fig. 36. Libro sobre Feng Shui. Arte ancestral basado en la cosmogonía china.**

## **Conclusiones**

-El conocimiento que tenemos desde occidente de la cultura china es simple, superficial y sesgado.  
-La libre interpretación de una frase por parte de un sector social con gran influencia mediática, puede dejar al descubierto carencias relevantes de conocimiento de una sociedad occidental respecto a aquella que homenajea.  
-La expresión “estar de moda” es adecuada para plantear la inclusión, que no integración, de “lo chino” en nuestra cultura occidental.



## **Reflexión**

Tal vez, esta iconografía que tenemos asimilada de lo oriental desde occidente, se represente de manera bastante acertada en la película Big Hero Six<sup>10</sup>, con la ciudad en la que transcurre

re toda la trama llamada San Fransokyo. Una mezcla entre San Francisco y Tokio, que al menos hace que el híbrido resultante en forma de gran ciudad, materialice la confusión cul-

tural que ya es una realidad, pero de manera mucho más integrada, amalgamada, sin fetiches o brillos de más.



**Fig. 37. Y Fig. 38. Frames de la película Big Hero Six.**

## Webgrafía

*Asian versus Western Management Thinking. Its Culture-Bound Nature* (2011). Disponible en: <http://www.palgrave.com/us/book/9780230272934>

CARBAJOSA, ANA (02, JULIO, 2014):  
*Los chinos sí hacen negocio en España. Recuperado de:* [http://politica.elpais.com/politica/2014/07/02/actualidad/1404329395\\_164089.html](http://politica.elpais.com/politica/2014/07/02/actualidad/1404329395_164089.html)

DELAGE, FERNANDO (01, 2012):  
*¿Hacia Dónde va China? Recuperado de:* <http://www.nuevarevista.net/articulos/hacia-donde-va-china>

GARCÍA, CAROLINA (21, ABRIL, 2014):  
*China: demografía y grupos étnicos. Recuperado de:* <http://elordenmundial.com/2014/04/21/china-demografia-y-grupos-etnicos/>

M. DIEZ, PABLO (06, OCTUBRE, 2014):  
*China y Hong Kong, “dos países y un único sistema”.* Recuperado de: <http://www.abc.es/internacional/20141006/abci-china-hong-kong-paises-201410060219.html>

M. DÍEZ, PABLO (09, JULIO, 2015):  
*China invade el mundo. Recuperado de:* <http://www.abc.es/internacional/20150709/abci-china-invade-mundo-201507090524.html>

PANIAGUA, ESTHER (13, AGOSTO, 2008):  
*¿Por qué parecen iguales los chinos? Recuperado de:* <http://www.publico.es/ciencias/parecen-iguales-chinos.html>

WANG, PABLO (03, OCTUBRE, 2014):  
*Un país, dos sistemas: Diferencias entre Hong Kong y China. Recuperado de:* [http://internacional.elpais.com/internacional/2014/10/03/actualidad/1412363515\\_501750.html](http://internacional.elpais.com/internacional/2014/10/03/actualidad/1412363515_501750.html)

## Referencias

<sup>1</sup> I El País, [http://elpais.com/elpais/2015/05/05/estilo/1430840805\\_001265.html](http://elpais.com/elpais/2015/05/05/estilo/1430840805_001265.html), 24/10/2016, 1977: 46-47.

<sup>2</sup> ABC, <http://www.abc.es/20120923/internacional/rc-raices-vetustas-enemistad-reciente-201209230826.html>, 15/03/2017

<sup>3</sup> La Vanguardia, <http://www.lavanguardia.com/estilos-de-vida/20120302/54262328877/en-que-pensamos-distinto-los-occidentales-de-los-orientales.html>, 14/03/2017.

<sup>4</sup> Kase, 2011, *Asian versus western management thinking, The Nonaka Series on Knowledge and Innovation*, Palgrave Macmillan.

<sup>5</sup> Manga es la palabra en japonés que se utiliza para referirse al mundo de las historietas en general. Particularmente en Japón, la industria del Manga constituye una de las tres grandes tradiciones de contar historias de anime a nivel mundial, junto con la estadounidense y la franco-belga.

<sup>6</sup> Aunque nació en la China Continental, emigró a Hong Kong con cinco años de edad.

<sup>7</sup> Término que se utiliza en el ámbito del Diseño y la Publicidad para referirse al momento en que una información es comprendida, entendida y asimilada, a golpe de vista.

<sup>8</sup> ABC, <http://www.abc.es/internacional/20141006/abci-china-hong-kong-paises-201410060219.html>, 19/03/2017.

<sup>9</sup> Esto significa que, al interior de la República Popular de China, el continente con mil millones de personas, conservará el sistema socialista, mientras que Hong Kong y Taiwán continuarán bajo el sistema capitalista.

<sup>10</sup> <http://www.disney.es/big-hero-6>