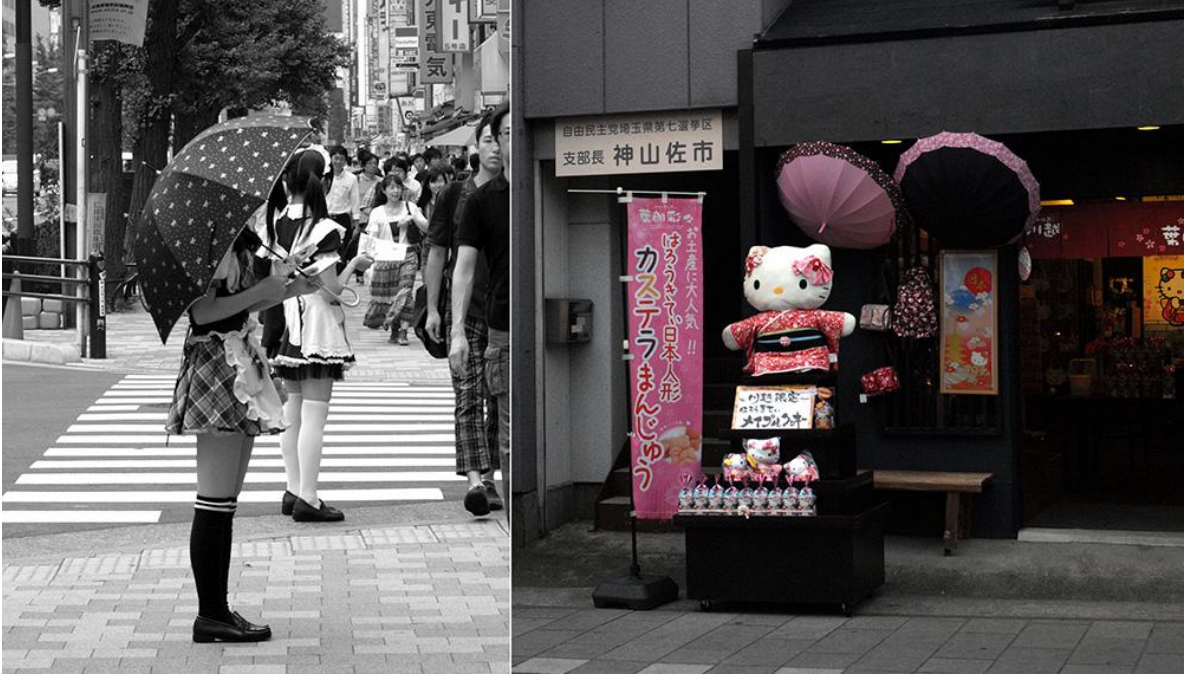


LA MODA DE LOS PELUCHES: SÍMBOLO DE LA ERA BURIKKO · 1/13/2022

A los extranjeros les sorprende la gran cantidad de peluches que hay en las casas japonesas. A este respecto, no solo se limitan a las habitaciones de los niños, sino que también se extienden al comedor y la sala de estar.

Hay un promedio de 11,8 peluches manufacturados en el 75% de los hogares, mientras que en un 30% de los mismos hay una media de 3,6 peluches fabricados a mano. Los peluches, que los niños abrazaban y con los que jugaban, también se han convertido en adorables objetos decorativos para los adultos.



Izquierda: Uno de los recursos de la cultura *burikko* es el uso de vestidos inspirados en la ropa de muñecas o niñas, con cintas, encajes y volantes. Fotografía: Nadia Vasileva. Derecha: La marca Hello Kitty es uno de los símbolos representativos de la cultura *burikko*. Nació en la década de los 1970 y algunos sociólogos definen su apariencia dentro de la corriente más amplia de la cultura *kawaii* como escape emocional de la época de postguerra. Fotografía: Nadia Vasileva

Un ejemplo típico es un osito de peluche llamado *tedibea*[1]. Se dice que proviene del apodo del presidente norteamericano Theodor Roosevelt, Teddy, quien salvó a un oso durante una cacería a principios del siglo[2].

En los últimos años, los *tedibea* antiguos han sido comercializados a precios elevados, han protagonizado exposiciones, e incluso se ha publicado un admirable libro que los clasifica y sistematiza con ilustraciones. Se trata en esencia de una cultura infantil para esnobes (personas que fingen ser *de río arriba*[3]) que debería ser ridícula y que, sin embargo, se ha convertido en un pequeño *boom*.



Colección de peluches usados para decorar. Izquierda y centro: Fotografía: Guadalupe Martín Santana. Derecha: Fotografía: Jin Taira.

Aparte de eso, en los *gemusenta* (salones recreativos, N. del T.) está de moda un juego para pescar pequeños peluches baratos. Incluso el *tsuppari no onisan*[4](o “chico abusón”, N. del T.) colecciona sus recompensas de mascotas de peluche.

Con la epidemia de los ositos de peluche, en una época de paz duradera, la “cultura del macho (que enfatiza la masculinidad)” se debilita; es una época en la que el erotismo, ya llegado a su fin, se vuelve poco atractivo, resultando el *burikko* el símbolo de este tiempo. Es ahora cuando Japón experimenta su apogeo.

Autor: Masahiro Hikita. **Traducción:** Nadia Vasileva, Jin Taira

[1] *tedibea*, del inglés Teddy Bear, oso de peluche o, literalmente, “oso Teddy”. (N. del T.)

[2] El autor se refiere al principio del s. XX

[3] *de río arriba*: expresión japonesa que se refiere a gente de clase social alta definida por sus modales, comportamientos y apariencias educados y respetables

[4] *tsuppari no onisan*: *tsuppari* es una expresión utilizada durante las décadas de los 1970-1980 para referirse a jóvenes con conducta rebelde, relacionados con el abuso del alcohol y el tabaco, las drogas, y con actividades delictivas; *tsuppari no onisan* era un término generalizado que podríamos traducir como “chico abusón”. (N. del T.)

Imágenes:

