

Tokio, un destino para modernos y tradicionales

La capital de Japón concita el interés de los turistas amantes de la vanguardia tecnológica y arquitectónica, y de los que quieren empaparse en las tradiciones y el arte de una cultura singular. ¿O son los mismos?

La capital de Japón es una ciudad ultramoderna en la que se mezclan rascacielos grises que albergan bloques de oficinas, apartamentos diminutos, las luces de neón, pantallas gigantes de televisión y la vanguardia de la moda internacional, con la más pura tradición. Los barrios más comerciales, repletos de tiendas de electrónica y diseño, conviven con templos y santuarios tradicionales, jardines japoneses, mujeres con kimonos y luchadores de sumo.

Situada en la isla de Honshu, Tokio tiene 12 millones de habitantes y es el centro administrativo, político, económico y cultural del país. La ciudad se alza a orillas del río Sumida, junto a la bahía de Tokio. Antiguamente era conocida como Edo, que literalmente significa "la puerta del río".

La urbe actual es fruto de varias reconstrucciones en su historia reciente. En 1923, un terrible terremoto dejó la ciudad en ruinas y, en 1945, los bombardeos estadounidenses hicieron lo propio. Por ello, en el centro de la ciudad las construcciones tradicionales de madera han desaparecido casi por completo, sustituidas por rascacielos de cemento y centros comerciales subterráneos que aprovechan también los largos pasillos del metro para hacer negocio. Desde el final de la II Guerra Mundial los precios del suelo no han parado de crecer, por lo que los apartamentos son diminutos para los estándares europeos. Ello obliga a muchos jóvenes a trasladarse a las afueras o a ciudades-dormitorio. No es raro ver a muchos de esos trabajadores dormidos en los trenes de vuelta a casa.

Desde el punto de vista turístico, tras las pérdidas registradas en 2003 en los destinos de Asia y Pacífico, de-



bido al SRAS, en 2004 el sector remonta claramente. Los datos del Barómetro del Turismo Mundial de la OMT de octubre de 2004 muestran una clara solidez del mercado japonés, que hasta agosto del pasado año registraba un aumento del 31% en el número de salidas y, por primera vez desde 2001, arroja cifras positivas.

Intercambio turístico UE-Japón

Pese a que China es el principal país emisor de turistas de Asia desde 2003, con un total de 20,2 millones de viajes al extranjero, Japón es la segunda potencia emisora del continente. El país del sol naciente ha incrementado en un 24% las llegadas y los ingresos. Tanto China como Japón se recuperan

PROMOCIÓN EFICAZ

Desde 2001 la capital nipona mantiene una campaña promocional que ha ayudado a recuperar con rapidez los visitantes de larga distancia tras el brote de SRAS.



a buen ritmo de las pérdidas inducidas por el brote del SRAS, no sólo gracias a los resultados registrados por el mercado intrarregional, que son especialmente buenos, sino también al progresivo regreso de los mercados turísticos de larga distancia, como Europa y el continente americano.

Desde 2001 la ciudad de Tokio desarrolla una campaña de promoción para promocionar los sectores industrial, tecnológico y turístico de la capital nipona. Hasta la fecha, el programa se ha llevado a cabo en ciudades como Munich, Londres, Los Ángeles, San Francisco, Milán y Madrid. A tenor de los resultados publicados por la OMT, parece que la promoción ha surtido efecto. De hecho, el recién estrenado



2005 ha sido declarado Año del intercambio entre ciudadanos de la Unión Europea y Japón. ¿Objetivo? Fomentar los intercambios, contactos y el mutuo entendimiento entre europeos y japoneses y eliminar así los estereotipos existentes entre ambos.

Ciudad moderna: compras y vistas

Para hacer las compras más exclusivas hay que acudir al barrio de Ginza, donde conviven las galerías comerciales más modernas de firmas niponas e internacionales con tiendas tradicionales de kimonos, cerámicas artesanales o perlas cultivadas. Es también donde puede visitarse la Torre de Tokio, el mirador más alto de la ciudad (333 metros), que toma como modelo la torre Eiffel de París.

Tokio tiene su personalísima versión del oso y el madroño madrileño: en el barrio joven de Shibuya la estatua del perro Hacchiko es el punto de reunión más popular de la ciudad. Rememora al perro que esperó a su dueño en la estación durante más de una década, pese a que éste había fallecido. Es algo anecdótico, pero merece la

pena visitarla para observar a los que se dan cita allí, la mayoría jóvenes y *fashion victims*. No en vano Shibuya es conocido por su ruidosa vida nocturna y por la gran concentración de jóvenes, bares, centros de ocio, restaurantes y “pachinkos” (una suerte de salas de máquinas tragaperras, en las que se juega con bolas de acero).

En el distrito de Shinjuku están la mayor parte de los rascacielos que todo turista espera encontrar en Tokio. Algunos de esos imponentes edificios están abiertos al público y disponen de miradores. Es el caso del complejo de oficinas del Ayuntamiento, desde cuya planta alta, en días despejados, se puede ver el monte Fuji y la bahía de Tokio. Por la estación de Shinjuku pasan al día más de dos millones de viajeros, lo que la convierte en una de las de mayor tráfico humano del mundo.

La ciudad tradicional

Por su parte, los distritos de Ueno (con su gran parque) y de Asakusa integran los vestigios de la vieja ciudad. Ambos barrios son los mejores de la capital nipona para pasear y deleitarse

AMABILIDAD JAPONESA

La posible dificultad de comunicación del turista occidental con los nipones, pues no todos hablan inglés, se solventa casi siempre merced a su extrema amabilidad y su afán por ayudar al visitante.

observando edificaciones y vida tradicional incrustada en una megalópolis como ésta. El templo de Senjo-ji es uno de los más activos de todo Japón y cada año miles de fieles acuden a venerar a la diosa budista Kannon. Está rodeado de un populoso mercadillo en el que se pueden encontrar todo tipo de artesanías y productos típicos a precios competitivos. Asakusa, por su parte, es una de las mejores zonas de Tokio para degustar platos tradicionales como el tempura o shabu-shabu a precios razonables.

El Palacio Imperial es otra joya del antiguo Tokio, aunque sólo se conserva la zona interior del castillo edificado por el primer gran shogun. El emperador y su familia continúan viviendo en él, por lo que sólo es posible visitarlo en Año Nuevo o el día del cumpleaños del emperador.

Una vez allí...

Narita, aeropuerto internacional al que llegan la mayoría de los vuelos procedentes de Europa, está a unos 60 kilómetros de Tokio. Lo aconsejable es llegar hasta la ciudad en tren, pues los taxis resultan muy caros. Compañías aéreas como Lufthansa, Japan Airlines o Alitalia ofertan precios para llegar hasta Narita a partir de 600 € ida y vuelta, en vuelos desde España con escala en Amsterdam (JAL), Milán (Alitalia), Munich o Francfort (Lufthansa)

Una vez llegados a Tokio desde España, tras 18 horas de vuelo, merece la pena hacer visitas adicionales dentro de Japón. Dos buenas excursiones de un día son Nikko y el monte Fuji. Los santuarios y templos de Nikko, junto a la grandiosidad natural de sus alrededores, son Patrimonio de la Humanidad desde 1999. Estos lugares sagrados destacan por su impresionante arquitectura y su profusa decoración. De hecho, Nikko, en japonés, es sinónimo de esplendor. Por su parte, el monte Fuji, que es en realidad un volcán, es el pico más alto de Japón (3.776 metros) y, está considerado como un lugar sagrado. Sólo puede escalarse en los meses de julio y agosto.

Buenas opciones son también pasar unos días en Kioto, la capital histórica, y al menos una jornada en Nara. En el tren bala o “shinkansen”, a 300 km/hora, el viaje Tokio-Kioto cuesta unos 100 € y dura dos horas y 50 minutos. ■