

Experiencia migratoria y procesos identitarios de japoneses en Madrid

Débora BETRISEY

Universidad Complutense en Madrid

Resumen

Este trabajo analiza las experiencias migratorias de mujeres y hombres japoneses que residen en la ciudad de Madrid (España) y ocupan diversas posiciones sociales. El objetivo que perseguimos con nuestro análisis es centrarnos en dichas experiencias como un aspecto relevante de las luchas simbólicas que van progresivamente construyendo las posiciones, prácticas e identidades de unos grupos en relación con los otros en diversos ámbitos urbanos (trabajo, vecindad, educativos, etc.).

Palabras clave: migración japonesa, experiencias migratorias, hegemonía, procesos identitarios.

Abstract

Migratory experience and identity processes of Japanese people in Madrid

This paper assesses the experiences of Japanese men and women living in the city of Madrid (Spain) and occupying different social positions. The aim is to focus on such experiences as relevant factors in the symbolic struggles that progressively build up positions, practices and identities of certain groups in relation to other in different urban contexts (work, neighborhood, education, etc.).

Key words: Japanese migration, migrant experiences, hegemony, identity processes.

Introducción

En el marco de las actuales condiciones del desarrollo capitalista, la adopción de políticas neoliberales ha dado lugar a cambios profundos en el mercado laboral —flexibilidad, temporalidad, intensidad, aumento de trabajadores independientes—, que arrojan por la borda los derechos sociales conquistados (Harvey, 1998). A su vez, dichos cambios han elevado el número de desplazamientos de hombres y mujeres en búsqueda de trabajo, al tiempo que han acelerado una rotación en diferentes tipos de actividades a lo largo de sus historias laborales (Sassen, 2003).

Ahora bien, el hecho de saber que la migración se ha acelerado en los últimos tiempos a causa de las transformaciones estructurales inscritas en la forma de la organización capitalista no explica suficientemente la complejidad del fenómeno, por lo cual se hace necesario analizar la

manera en que el juego de las regularidades objetivas se manifiesta a través de las experiencias vividas por los protagonistas de múltiples historias migratorias.

En términos generales, la “experiencia vivida” de los sujetos sociales remite al conjunto de creencias, habilidades y repertorios culturales que dan sentido a sus acciones en el contexto social e histórico donde se producen (Thompson, 1977). A su vez, como lo expresan ciertos trabajos antropológicos (Camaroff, 1985; Ong, 1987; Keesing 1994), las experiencias de vida y formas de conciencia social, situadas en contextos de dominación que separan a los grupos entre sí recreando parámetros de distintividad/no distintividad, también se nutren de creencias o referentes de significación moldeados por valores hegemónicos con los que trabaja, entre otros, el poder político y los medios de comunicación. Lejos de ver a los actores sociales engañados o cautivados por los grupos dominantes se torna preciso destacar, como establece Roseberry (1994) que los valores hegemónicos construyen un marco significativo común para vivir a través de, hablar sobre y actuar en órdenes sociales caracterizados por la dominación y la discriminación. De ahí que sea necesario tener en cuenta que las palabras, imágenes, símbolos, formas u organizaciones usados por las poblaciones para hablar sobre, comprender, confrontar, acomodarse o resistir su dominación, son modelados por el propio proceso de dominación.

Partir de estos supuestos teóricos nos permite dar cuenta de los grupos de origen extranjero que se concentran en un entorno urbano y sus experiencias migratorias, considerando las condiciones sociales e históricas en las que se producen dichas experiencias migratorias y el desarrollo de procesos identitarios creados a través de prácticas, relaciones sociales y campos de poder por los que atraviesan sus protagonistas, sin caer en el error de identificar sujetos concebidos de forma singular, mediante un recorrido que apunta a rescatar rasgos distintivos (diacríticos) que conducen a cristalizar y “exotizar” ciertas categorías etno-nacionales, reforzando así la representación de un mundo dividido en una pluralidad infinita de “subculturas” en el entorno urbano (Althabe, 2006).

En la actualidad, los discursos sobre la inmigración se constituyen en un ámbito de confrontación dentro de diversos campos especializados (burocráticos, políticos, jurídicos, mediáticos, etc.), donde los actores sociales involucrados intentan imponer una visión legítima sobre dicha temática. Muchos de estos discursos que se vuelven hegemónicos, tanto en los países europeos como asiáticos, remiten con fuerza a unas concepciones

economicistas influidas por el neoliberalismo que pretende explicar la legitimidad de la inmigración en términos de los costes y beneficios que produce al país de acogida y de origen.¹ El costo generalmente es evaluado en términos de costo monetario, asociado a las pérdidas que causan a los comerciantes autóctonos/locales, el gasto en “servicios públicos” (salud, educación, etc.), las transferencias de dinero de los inmigrantes a sus parientes a partir de sus ahorros (dinero que sale del país y se invierte en otro territorio), etc. El beneficio se relaciona con las cualidades altamente valoradas por el capitalismo: *winners*, capacidad de triunfo, competitividad, capital económico, generación de trabajo, etc. Poseer tales virtudes resulta imprescindible para poder superar todas las barreras burocráticas y satisfacer aspiraciones de estatus, riqueza y poder.

En el contexto urbano madrileño existe un complejo campo de fuerzas y experiencias colectivas que subyacen en la producción de proyectos discursivos hegemónicos sobre la denominada “inmigración asiática”² en el que, en ciertas coyunturas, se priorizan y destacan las actividades económicas empresariales “exitosas” y se adhiere al “carácter modélico” y los valores morales del “emprendedor y pionero” que portan pobladores chinos, taiwaneses, japoneses, hindúes, sobre otros pobladores extranjeros.³ De cierta forma, estos valores impactan en la subjetividad de dichos pobladores, sean o no empresarios, en tanto representaciones que lejos de ser un factor “externo” se tornan constitutivas de sus experiencias y pasan a formar parte del “sentido común”.

En este trabajo se explora en qué medida hombres y mujeres japoneses que han migrado a Madrid en las tres décadas recientes y ocupan diversas

¹ Los trabajos de Ong (1999) y Lem (2007) muestran cómo el camino hacia el neoliberalismo en China ayuda a crear el marco material y significativo que permite a los inmigrantes asimilar el rol de activos protagonistas del “milagro chino”, ya sea como asalariado, en la economía internacional o como empresario transnacional. Muchos de ellos, especialmente los empresarios que trasciende las fronteras, se convierten en los ejemplos morales y económicos para participar dentro del sistema neoliberal mediante sus demostraciones de poder, riquezas y aportaciones en el lugar de origen.

² La categoría estadística “inmigración asiática” representa en España seis por ciento del total de extranjeros en el año 2008. Los lugares de procedencia más significativos son China (51.2 por ciento), Pakistán (14.6 por ciento), Filipinas (10.7 por ciento), India (ocho por ciento), Bangladesh (tres por ciento), Armenia (dos por ciento) y Japón (1.7 por ciento) (Informe trimestral. Secretaría de Estado de Inmigración y Emigración. Año 2008).

³ Estos referentes comunes pueden transformarse al insertarse en relaciones de clase y alianzas políticas concretas (locales, regionales) o quebrantarse ante discursos alternativos (Roseberry, 1994), tal como pudimos comprobar a través de la disputa generadas por el cierre de algunos comercios de pobladores chinos en el centro de Madrid en el año 2006. En dicho contexto, “la inmigración china” pasó de ser un recurso ambiguo a ser celebrado por determinados grupos hegemónicos, como algo positivo en función de sus aportes culturales y económicos (“emprendedores”, “comerciantes modelos”), a convertirse en una disonancia lo suficientemente compleja como para ser aceptada dentro del país (Betrisey, 2007).

posiciones sociales⁴ producen todo un conocimiento sobre su experiencia migratoria en el que se puede analizar cómo han incorporado o disputado valores hegemónicos sobre la condición de “inmigrante emprendedor”, con el objeto de orientar sus intervenciones en ese juego simbólico donde se establecen las distinciones que van construyendo progresivamente las posiciones, prácticas e identidades de unos grupos en relación con los otros en diversos ámbitos urbanos (trabajo, vecindad, educación, etcétera).

El grupo de pobladores japoneses que analizaremos no se presenta como homogéneo, sino que sus integrantes se encuentran atravesados por criterios objetivos de diferenciación (clase social, género, etc.) que condicionan sus puntos de vista. El diseño de la investigación fue planeado en términos cualitativos, donde se ha privilegiado el descubrimiento y especificación de dimensiones de análisis, antes que la formulación de hipótesis precisas. Se han realizado 18 entrevistas en profundidad a japoneses (mujeres y hombres) que viven en Madrid (entre 25 y 60 años). Para ello se conformó una muestra socio-antropológica bajo el denominado “muestreo teórico” (Glasser y Strauss, 1967), considerando la influencia de un conjunto de variables (la edad, el género, la profesión, el capital cultural, el capital económico) en las perspectivas de los actores sociales sobre su experiencia migratoria, los sentidos que se otorgan a los lugares donde se ha vivido, las representaciones en relación con su condición de “extranjero” y hacia otros pobladores asiáticos, etcétera.⁵

Características que favorecen la migración japonesa a España

Desde finales del siglo XIX hasta la década de 1960, la migración internacional japonesa tuvo como puntos de referencia países como Brasil, Argentina, México, Perú, Estados Unidos y Canadá. Tal como menciona Ávila Tàpies (2006), la mayoría de estos traslados serán planificados por los respectivos estados nacionales con el objeto de convertir a los

⁴ Las ciudades que concentran mayor cantidad de población japonesa son: Barcelona (34.9 por ciento), Madrid (30.2 por ciento), Málaga (4.87 por ciento), Granada (2.9 por ciento) y Valencia (2.89 por ciento) (Informe trimestral. Secretaría de Estado de Inmigración y Emigración. Año 2008).

⁵ Los datos presentados forman parte de una investigación más amplia realizada por el grupo de investigación RICA/CIDOB) compuesto por Joaquín Beltrán, Amelia Sainz, Ana López Salas y Débora Betrisey sobre “Comunidades china, india y japonesa” para el Observatorio Permanente de la Inmigración del Ministerio de Trabajo e Inmigración durante los años 2007 y 2008. En la recolección del material empírico sobre la migración japonesa en la ciudad de Madrid, que aparece en este artículo, colaboró el antropólogo Matías Viotti Barbalato.

pobladores japoneses en mano de obra para la construcción de ferrocarriles, el trabajo en las minas de carbón, comerciantes o campesinos de diversas regiones latinoamericanas y norteamericanas. Por ejemplo, la migración japonesa a Brasil se desarrolló a través de la intervención de los estados brasileño y japonés, en conjunción con intereses privados, con el fin de “solucionar” problemas de desempleo en Japón y ante la necesidad de mano de obra en las haciendas brasileñas después de la prohibición del tráfico de esclavos (Ferreira y Dos Reis García, 2001). En Estados Unidos y Canadá, la planificación de estas corrientes migratorias se encontró con políticas que restringían la entrada de pobladores asiáticos por presiones de determinados sectores económicos estadounidenses.⁶ Al desatarse la Segunda Guerra Mundial, los japoneses y alemanes que vivían en Estados Unidos fueron puestos en campos de concentración, como el que se construyó en Texas, bajo el supuesto de salvaguardar al país de “potenciales enemigos” (Laborde Carranco, 2006). Estas medidas fueron impuestas a distintos países latinoamericanos donde residían inmigrantes japoneses, pero sólo Perú y Bolivia se sumaron a tal proyecto.

La presencia de población japonesa en Madrid es anterior al año 1940. Las relaciones institucionales establecidas entre España y Japón durante el periodo 1939-1945 favorecieron la presencia de pobladores japoneses en la capital. De esta forma llegaron funcionarios, diplomáticos, militares y también jóvenes estudiantes a aprender español, periodistas, comerciantes y seminaristas. Muchos de ellos regresan a Japón a partir del año 1943, cuando se establece un giro en las complejas y contradictorias relaciones mantenidas entre ambos países a causa de la ocupación japonesa en las islas Filipinas y el acercamiento del gobierno franquista a Estados Unidos (Rodao, 1993).

En la década de 1960, los residentes japoneses en España no superaban los 300 habitantes y su presencia se encontraba relacionada con la búsqueda de condiciones más favorables de vida (Campà, 1998). Posteriormente, se establece un incremento significativo de esta población asociada a la aparición de las empresas multinacionales japonesas en ciudades como Madrid y Barcelona.

A partir de la liberalización de la economía española, a finales de los años 1960, las empresas multinacionales de origen asiático comienzan a

⁶ Un contingente importante de japoneses que llegaron a Estados Unidos a finales del siglo XIX fueron “importados” como mano de obra barata para la agricultura californiana. La organización interna que generaron para luchar contra los abusos, el resentimiento de la población estadounidense hacia “lo japonés” por ocupar puestos de trabajo, y las leyes migratorias restrictivas, hicieron que fuesen desplazados del campo para ser reemplazados con posterioridad por trabajadores mexicanos (Steinbeck, 2007).

instalarse en España. Su influencia se incrementará en la década de 1980, a través de una serie de políticas focalizadas en la desregularización, la privatización y la disminución de los controles impuestos a los inversores extranjeros. Estas multinacionales se caracterizan por una organización basada en la flexibilidad, la innovación y alta competencia en búsqueda permanente de mano de obra barata y de proximidad a mercados más favorables. De este modo se incrementa la presencia de diversas multinacionales japonesas, especialmente en Barcelona, dedicadas al sector de la electrónica (Panasonic, Pioneer, Seiko, Sharp, Canon), del automóvil, equipos y componentes de transporte, productos químicos, así como también bancos e intermediarios financieros que juegan un papel relevante en la financiación de las empresas niponas (Ruesga y Tokado, 1996). En términos generales, muchas de las multinacionales de origen asiático están dedicadas a la distribución y comercialización más que a la producción final. Las mismas son el producto de inversiones directas, pero también de fusiones y adquisiciones de empresas españolas y europeas.

En los años 1990, coincidiendo con el estallido de la crisis japonesa (Itoh, 2006), predominan en el sistema organizativo de las multinacionales las decisiones de “deslocalización”, por lo cual los países de Europa de Este y China fueron visualizados como lugares rentables para establecer su producción con abundante mano de obra a bajo costo,⁷ por lo cual retiraron sus plantas de producción de ciudades como Barcelona. Esta crisis afectó también a muchos de los bancos japoneses, que aceleraron su salida de España y se instalaron en otras ciudades europeas, como París, Londres y Milán.

La recuperación de la economía japonesa a partir del año 2000, en gran parte por la demanda exterior, vuelve a consolidar la presencia de las multinacionales en Madrid, lo cual conduce al aumento de un importante contingente poblacional. Ahora bien, dicha recuperación económica de Japón, reflejada en las cifras macroestructurales y en la internacionalización de la economía, no estuvo acompañada por unas mejoras en las condiciones del empleo en Japón. Los estudios de Sassen (2003), durante la décadas de 1980 y 1990, nos muestran cómo la adopción de políticas económicas neoliberales ha dado lugar a cambios profundos

⁷ Un conjunto de empresas japonesas dedicadas al sector de la producción automovilística destacan como problemático lo que consideran “el espinoso rasgo del sector manufacturero en España”, es decir, las disputas laborales, el alto costo de los despidos, la hasta entonces inflexibilidad del mercado laboral y lo relativo al alto costo laboral (Ruesga y Tokado, 1996). En la actualidad, en un contexto de amplia flexibilización laboral, las empresas japonesas instaladas en España, solucionan “los aspectos problemáticos” para la expansión del capital por medio de los “procesos de regulación de empleo”, conduciendo al paro a un gran número de trabajadores.

en el mercado laboral japonés: flexibilidad, temporalidad, precariedad, etc. Dicha autora destaca un amplio crecimiento del sector de los servicios en los que abunda el trabajo a tiempo parcial y mal pagado, el reemplazo de muchos trabajadores masculinos de tiempo completo por mujeres a tiempo parcial, el aumento de la subcontratación, debilitando los reclamos salariales. Los empleos a tiempo parcial alcanzan a 9.7 millones en el año 1994, de los cuales 29.6 por ciento se encuentra en el sector de los servicios, 29.6 por ciento en el comercio minorista y mayorista y 20.4 por ciento en la manufactura, el restante 20 por ciento se conforma por trabajadores empleados en los sectores de construcción, finanzas, servicios públicos, transporte y telecomunicaciones. Otro de los aspectos relevantes de la época es el aumento del desempleo (Losoviz, 1996). A partir de 2002, la recuperación económica dio lugar a un descenso del paro, teniendo en cuenta los parámetros de las economías europeas, situándose en 4.5 por ciento en dicho año (Itoh, 2006). Aún así, las políticas de flexibilización laboral propiciaron un incremento de la temporalidad superando 29 por ciento de la década de 1990 y alcanzaron un promedio de 2.17 millones de personas con contrato temporal en 2003, lo cual supone un aumento de 80 000 personas con respecto al año anterior. Dicha temporalidad resulta significativa entre los grupos de jóvenes de entre 15 y 34 años. Este sector también concentra las mayores tasas de desempleo, ubicadas en 10 por ciento en el año 2005 (OCDE, 2005).

Por otra parte, la internalización de la economía española hacia Japón resulta relevante para entender algunos aspectos de la migración japonesa de las últimas décadas hacia España. Si bien las inversiones comerciales españolas en Japón no son copiosas, se concentran en maquinarias y materias primas, y bienes de consumo, como ropa, calzado, joyería, alimentos y bebidas (Carrascosa, 2003). A su vez, la exportación de determinados bienes de consumo cultural que define aspectos identitarios sobre “lo español” (danzas, flamenco, etc.), han generando una importante afluencia de pobladores japoneses hacia España para aprender a bailar flamenco o a tocar la guitarra, así como también el traslado de españoles dedicados a estas actividades culturales hacia las principales ciudades japonesas con el fin de enseñar o actuar. Además de estos estudiantes japoneses, se trasladan universitarios, mayoritariamente entre los 20 y 34 años, que eligen como destino Madrid, Barcelona, Salamanca, Granada, Málaga y Sevilla para cursar estudios superiores (licenciaturas, maestrías, doctorados). Por otra parte, los cursos de idioma español para extranjeros gestionados por agencias japonesas y promovidos por instituciones gubernamentales

locales (ayuntamientos, comunidades autónomas españolas) fomentan la llegada de jóvenes que vienen a estudiar español o a realizar intercambios culturales entre instituciones escolares (secundaria, universitaria).

O., de 41 años, es licenciado en artes y lenguas, y desde marzo de 1998 reside en Madrid. En Osaka, su ciudad natal, trabajaba como maestro de escuela. En la actualidad está desempleado y busca trabajo. La primera ciudad española donde se instaló fue en Barcelona, a través de un programa de intercambio cultural firmado entre un colegio japonés y otro barcelonés, en el que se promocionaba el traslado de maestros. Al hacer referencia a sus expectativas sobre el viaje a España enfatiza, sin evitar reírse y buscando cierta complicidad, la influencia de la “imagen estereotipada” que dicho país tiene en el extranjero y el acercamiento a “lo español” a través de una relación de amistad.

Tenía mucha curiosidad. Como imagen de España tenía que es un país muy apasionado (se ríe). Un poco estereotipo ¿no? (se pregunta), pero entonces como, también, bueno tenía imagen de España muy alegre y la gente muy amable. Conocía en Japón a una señora española que vivía en Osaka y, bueno, entonces como, un poco, como tenía más como simpatía de España. Entonces en aquella época justo había una convocatoria de hacer intercambio, no sólo en España sino también Inglaterra, Alemania, Francia y otros países de América también, y yo puse primero España, (ríe) y después Italia, (ríe).

Para I., una mujer de 43 años procedente de Saitama, España no se presenta en un primer momento como un “país para quedarse”, sino como un lugar para “explorar” siguiendo las versiones y el “estilo de vida” que proyecta una amiga japonesa que tenía un importante puesto laboral en la ciudad de Madrid.

Nunca pensaba en España como un país para quedarme. Pero lo único que cuando estaba en la Universidad había una amiga que estaba trabajando en banco de Tokio, y este banco de Tokio tiene varias sucursales alrededor del mundo y ella estaba trabajando en sucursal de Madrid en banco de Tokio. Y, bueno, una vez por año reuníamos en Japón con esta amiga y más gente, y ella hablaba la buena vida que pasaba en España, porque, bueno, la calidad de vida está bien, pero de aquel momento era todo baratísimo en España, comparando con la vida de Japón. Entonces a mí me parece increíble porque con esa calidad de vida puede comprar un piso en plaza España y todo...”

Cuando llegó a Madrid hace 15 años, I. contaba con un dinero que había acumulado a través de trabajos temporales, y con un visado de turista. Esto le permitió alquilar una habitación y dedicarse a “conocer la ciudad”.

Durante ese tiempo conoció a una “señora japonesa” cuyo marido tenía una empresa de turismo y le ofreció un empleo de media jornada a través de un contrato verbal. I. no considera esta primera actividad como “trabajo”, sino como “ayuda”, dadas las condiciones laborales en las que se encontraba:

No era trabajar sino estaba ayudando, en un momento pensaba que esto no puede seguir así, porque ya casi iba a salir de este país después de tres meses de visado, y justo en este momento apareció una persona que me empezó a preguntar: “Tú hablas castellano, inglés, japonés y tal”. Yo cuando dije “sí”, me dijo: “Por favor, ven conmigo, con un amigo mío, está buscando una persona más adecuada para este puesto (administrativa en una empresa dedicada a la producción y venta de soja, cuyo dueño es japonés)”. Yo eso lo veía mas lógico porque, misma tarde, esta empresa me llevaron oficina de abogado y me hizo contrato definitivo. Esto también contó de quedarme en España.

Por otra parte, algunas relaciones personales de noviazgo que se generan entre españoles y japoneses (hombres y mujeres) determinan y posibilitan la llegada de japoneses solteros a España⁸. Y., tiene 35, vivió siempre en Tokio y estudió psicología. Desde hace cuatro años reside en Madrid, en el barrio de Móstoles y no trabaja. En Tokio trabajaba para una empresa financiera estadounidense Lehman Brothers Security, que le reportaba importantes beneficios económicos. Durante una estancia de trabajo en Irlanda conoció a su actual marido, un español dedicado a actividades empresariales. Al finalizar su trabajo, regresa a Japón y mantiene una relación a distancia, hasta que deciden casarse y fijar su residencia en Madrid:

Primero no piensa nada, no sé cómo, solamente como saltar, nada más. Entonces no, si pensaba creo que no venía, ¿sabes? Si yo pensaba muchas cosas no puede venir. Entonces, a propósito yo intentaba no pensar en nada y vine aquí. ¿No sé?, como económicamente en Japón es mejor. Entonces a veces estoy pensando ¿por qué aquí?, y es sólo por mi marido, nada más. Si estoy trabajando en Japón gano mucho dinero y, no sé, más como acostumbrada para mí. Pero la cosa es que aquí hay sol y comida está muy bien...

Para narrar su traslado, Y. evoca imágenes de miedo a lo desconocido (“dar el salto”) y algunas estrategias para enfrentarse a ello (“no pensar”) desde una posición social y económica en ascenso en el contexto japonés (mujer exitosa en los negocios). Por otra parte, la referencia a lazos sentimentales y el trasladarse a un “lugar” con sol y “buena comida” minimiza cualquier

⁸ En el periodo 1999-2004, más de 40 por ciento de las mujeres japonesas residentes en España estaban casadas con pobladores no japoneses. En cambio, entre los hombres japoneses residentes en España no más de 20 por ciento están casados con no japonesas (Beltrán y Sáiz, 2006).

tipo de contradicción o cambio social que el traslado pudo haberle generado (desempleo, mayor presencia en el hogar, etcétera).

Por otra parte, también resulta sugerente el caso de N., una mujer de 33 años procedente de Tokio. En dicha ciudad ella trabajaba para una empresa norteamericana de diseño gráfico. Lleva un año y medio viviendo en Madrid. Por medio de una amiga brasileña que vive en Tokio conoció a V., su actual novio, quién se encontraba en dicha ciudad para hacer cursos de *aikido* (artes marciales). La decisión de trasladarse a Madrid se ve motivada por la relación sentimental. Para llevar a cabo dicho traslado, N. consideraba necesario adquirir ciertos recursos previos de significativa importancia para su independencia como mujer en un “país extranjero”: “conocer el idioma”, “controlar el curso de su relación personal” y “trabajar”:

V. me contó muchas cosas de España y hay mucha gente de aquí también, en Tokio, haciendo artes marciales como V., y profesores... Entonces conocí a suficiente persona de aquí para saber idea de aquí. Primero yo sabía que necesitaba estudiar español y para ver cómo va nuestra relación, yo y V., y después quería trabajar poco a poco.

En la actualidad no tiene un trabajo y lo relaciona con su “bajo nivel de español”. Menciona que “ayuda” a su novio en la empresa de artes marciales, diseñando folletos de promoción y realizando diversas tareas que no siempre están determinadas (atender, limpiar, etc.). Al igual que sucede en algunas empresas familiares, las mujeres expresan su actividad a través de la idea de la “ayuda”, en el marco de un proyecto familiar colectivo basado en “un proyecto común”, lo cual no implica necesariamente la existencia de un reparto igualitario de las ganancias o de las tareas desarrolladas.

En general, narrativas como éstas sacan a la luz la forma en que las identidades de género y clase se fusionan en la experiencia migratoria (el traslado, la toma de decisión) y también la forma en que se reconstruye la inclusión social en la sociedad madrileña.

Inserción laboral de japoneses en España

La reestructuración del mercado laboral en las grandes ciudad europeas y españolas, a causa de los cambios en la forma de producir y del consumo,⁹ generó una fuerte polarización social, dando lugar, por un lado, a un

⁹ Esta reestructuración implicó la destrucción de la norma social que definía el empleo bajo las posturas keynesianas, centradas en empleos indefinidos a tiempo completo, con continuas mejoras salariales mediante las negociaciones sindicales, garantizando las prestaciones sanitarias, educativas y de protección sociolaboral, para dar paso a las políticas de desregularización del mercado de trabajo español bajo las premisas de la flexibilidad, poniendo en situación de vulnerabilidad a segmentos cada vez mayores de la sociedad (Lahera, 2005).

segmento de población trabajadora (nacional o extranjera) de elevados salarios y alta movilidad espacial, en consonancia con el desarrollo de ciertos sectores económicos internacionales (negocios financieros, multinacionales, alta tecnología, informática, etc.), y por otro lado, a un sector de trabajadores de empresas de servicios donde se ubican jóvenes, mujeres e inmigrantes que, a pesar de su calificación, se ven obligados a aceptar empleos de carácter temporal, sin posibilidades de regularización, con bajos ingresos y condiciones laborales degradadas, alternando empleo precario con desempleo (Lahera Sánchez, 2005; Castillo 1998, 2004).

En el año 2008, la participación de la población extranjera en el sector de los servicios era de 12.9 por ciento, y en la construcción, de 24 por ciento¹⁰ (Pajares, 2008). Enmarcados en estas tendencias, los pobladores japoneses se distribuyen de la siguiente manera, según los sectores económicos: 0.19 por ciento en la agricultura, 6.75 por ciento en la industria, 4.72 por ciento en la construcción y 88.34 por ciento en los servicios (Secretaría de Estado de Inmigración y Emigración, 2007).

En términos generales, la población asiática que forma parte del sector de los servicios, se inserta básicamente como trabajadores por cuenta ajena y en menor proporción como autónomos o “cuenta propia” dedicados al comercio, la construcción y los servicios a otras empresas¹¹. Aquellos empresarios asiáticos que se dedican a actividades de restauración, peluquerías, comercios al por mayor y al por menor, inmobiliarias, de telecomunicaciones, etc., suelen satisfacer una amplia demanda de la población de clase media-alta nacional (restaurantes “étnicos” de lujo, productos de las principales marcas comerciales del país) y también el consumo de pobladores nacionales y extranjeros de bajos ingresos. Especialmente, los comercios al por mayor y los pequeño comercio son los más numerosos y suelen estar ubicados en diversos barrios céntricos que han sufrido cambios económicos y urbanísticos en las últimas décadas, o en grandes parques industriales. Entre las pequeñas y medianas empresas japonesas podemos mencionar los restaurantes, la comercialización y la importación/exportación de productos japoneses (alimentos, ropa,

¹⁰ En el sector de los servicios destaca fundamentalmente el comercio y la hostelería.

¹¹ Una de las características actuales del sector empresarial madrileño es la reorganización social del proceso de trabajo, producto de la continua externalización de determinadas fases del sistema productivo hacia el exterior. Esto se lleva a cabo subcontratando otras empresas, que compiten entre sí, para los procedimientos de fabricación u otorgamiento de servicios, ofreciendo reducir los costos salariales. Se construye así un creciente mercado de trabajo que ofrece empleos en condiciones degradadas (intensos ritmos de trabajo, jornadas alargadas), con bajos salarios y una elevada proporción de contratos a tiempo parcial (Lahera, 2005; Castillo, 2004).

utensilios, etc.), las agencias de viajes, la enseñanza de idiomas, artes florales o cerámica, etcétera.

Los trabajadores asiáticos por cuenta ajena muestran una distribución claramente polarizada en términos de calificación y salarios. Por un lado, una gran mayoría se distribuye en empleos de baja calificación y remuneración, y por otro, existe un número reducido de pobladores que se inserta en empleos que requieren preparación universitaria o secundaria, relacionados con ocupaciones directivas, ejecutivas y administrativas en las grandes empresas multinacionales. Los hombres japoneses se concentran en la categoría profesional de ingeniero y licenciado. Por el contrario, las mujeres japonesas se distribuyen mayoritariamente en las categorías de oficiales y auxiliares administrativos, con un incremento en los últimos años en actividades de menor calificación (oficiales de primera, segunda, tercera y peones) (Secretaría de Estado de Inmigración y Emigración, 2007).

Algunos de los japoneses empleados como ingenieros o licenciados trabajan en las multinacionales japonesas que se emplazan en el contexto local. En las mismas cabe remarcar la existencia de una segmentación laboral en la organización del trabajo, marcada por el género y por la cuestión étnica (Ribeiro, 1999), reflejada a través de la existencia de un grupo conformado por cuadros directivos de origen japonés de alta calificación, mayoritariamente hombres, y otro grupo, formado por empleados españoles hombres y mujeres (administrativos, técnicos, etcétera).

Los trabajadores que representan a la elite administrativa (directores y asesores japoneses) son los que se encuentran inmersos en el circuito migratorio que impone la lógica de las grandes multinacionales a través de las transferencias de equipo y personal a diversas filiales o sedes ubicadas en distintas partes del planeta. A su vez, la configuración interna de las propias empresas donde trabajan dichos directivos establece cierta idea de “comunidad” con el objetivo de procurar el bienestar de los trabajadores japoneses, proporcionando en algunos casos vivienda, información para la educación de los hijos y el ocio, etc. Siguiendo a Ortiz (2003: 152), el carácter “comunitario” se centra en torno a una única preocupación, la dedicación y la lealtad a la firma que se materializa a través del trabajo asiduo y continuo. La empresa suele ser representada como una “familia”, y para ello se establece todo un trabajo de institución (emblemas, marcas, antepasados, banderas) destinados a inculcar sentimientos compartidos en torno a tradiciones significativas.¹²

¹² Por ejemplo, la empresa Mitsubishi incluye, en la presentación de su página web oficial, un apartado histórico que reconstruye los orígenes de la empresa, a través de la figura de su fundador y la creación de un logo que combina los emblemas familiares del creador y de

En la ciudad de Madrid, las multinacionales como Mitsubishi España, Mutsubishi Heavy Industry, Fujitsu, Nissan, Tokio Mitshibishi Bank, emplazadas en Madrid, Barcelona, Zaragoza y Valencia, se aglutinan en la denominada Asociación de Empresarios Japoneses en España (Suiyo-Kai Madrid). Esta Asociación es la encargada, entre otras cosas, de poner en marcha esa vocación “comunitaria” que se centra en las necesidades de los trabajadores provenientes de Japón (ejecutivos, directivos), así como también oficiar de intermediarios con las administraciones públicas españolas. Según M., director de una importante multinacional y miembro de la Asociación Suiyo-Kai Madrid, en un intento por distanciarse de la representación de otras asociaciones asiáticas en Madrid basadas en la idea de “banco privado” u “empresa”, menciona que la conformación de la misma tiene por objetivo “ayudar a los trabajadores japoneses” a solucionar diversos aspectos que competen a su vida cotidiana en un contexto que, en un primer momento, suele estar cargado de extrañamiento.

Entre las principales actividades de dicha asociación M. ha destacado su activa participación en la obtención de los permisos de trabajos para las elites directivas,¹³ al igual que la financiación del Colegio Japonés, lugar donde se educan y socializan los hijos de los trabajadores de estas empresas. La presencia de este colegio permite que los niños no pierdan continuidad con su sistema de enseñanza al regresar a Japón con sus padres. También sirven de apoyo financiero a asociaciones culturales, tales como Suiyokai (Asociación de la Comunidad Japonesa en Madrid) destinada a difundir la “cultura japonesa” en la capital madrileña. Su participación suele hacerse evidente en la fiesta del Año Nuevo Japonés, como patrocinadora de uno de los referentes festivos más importante de los pobladores japoneses ante la sociedad española.¹⁴

En el año 2006, los directivos de empresas sólo representaban tres por ciento del total de trabajadores japoneses por cuenta ajena. El mayor porcentaje de empleados japoneses, al igual que el resto de los pobladores asiáticos y extranjeros en general, se concentra en la categoría de empleados de los servicios de restauración, personales y comercio. Cabe destacar una importante presencia de pobladores japoneses en grupos ocupacionales

su primer patrón, perteneciente al clan Tosa. Asimismo, se explicita la evolución histórica de la empresa en términos de fusiones, fisiones y nuevas adquisiciones, utilizando esquemas similares a los empleados en Antropología para la reconstrucción genealógica del parentesco.

¹³ Ruesga y Tokado (1996) también destacan como una de las principales demandas de estos empresarios las demoras en la obtención de los visados para los “trabajadores de élite”.

¹⁴ Si bien esta fiesta comenzó siendo una celebración privada y de carácter familiar en el restaurante de un empresario japonés, en la actualidad se ha convertido en una de las festividades “típicas” de los japoneses, en la ciudad de Madrid, con una importante afluencia de público español.

relacionados con el empleo administrativo y técnico. La mayoría de los contratos de los pobladores japoneses dados de alta en la Seguridad Social son de carácter temporal —obras y servicios, y eventuales— (71 por ciento), siendo las mujeres las que más contratos temporales poseen (75 por ciento). Los hombres japoneses, en cambio, muestran un porcentaje menor de temporalidad (66 por ciento) (Secretaría de Estado de Inmigración y Emigración, 2007).

La existencia de un mercado de trabajo local, que ofrece empleos en condiciones degradadas (intensos ritmos de trabajo, jornadas alargadas), con bajos salarios y una elevada proporción de contratos a tiempo parcial se pone de manifiesto en las trayectorias laborales de algunos jóvenes japoneses entrevistados (hombres y mujeres).

T. tiene 30 años, estudió psicología en Tokio, lleva seis años en Madrid y en la actualidad se encuentra desempleado. Sus primeros trabajos en la ciudad madrileña fueron de camarero en distintos restaurantes japoneses, con contratos orales cuya duración no superaba los tres meses y sin regulación alguna:

He trabajado como inmigrante, o sea, como trabajo negro ¿no?, de la gente que no tiene papeles. Sí, cada año solicité, como tarjeta de residencia pero me negaban todo, pero ¡menos mal que PSOE fue primero partido y ofreció a nosotros! (hace referencia a la ley de regulación de extranjeros realizada en el año 2005) Eso ya conseguía, menos mal, sí. Y como los japoneses sufren mucho igual que coreanos y siempre estamos pensando; ¿por qué?, cómo es que los chinos siempre sí tienen tarjeta de residencia mas fácil que nosotros, eso es una duda nuestra, de verdad...

Esta experiencia laboral convierte a T. en parte de una fuerza de trabajo situada en condiciones precarias y de bajo salario, comúnmente asociada en el entorno local a la figura denostada del “inmigrante sin papeles”. Esta experiencia y el intento de distanciarse de la identidad de “inmigrante sin papeles” que puede fijarlo en un marco hegemónico de significación, conduce a remarcar las acciones realizadas para salir de dicha situación y explicar las limitaciones encontradas, apelando a un sistema jerárquico de otorgamientos de “papeles” con base en criterios de nacionalidad.

En términos generales, los jóvenes que llegan a Madrid, durante los primeros meses de su estancia hacen uso de los ahorros acumulados en una etapa previa al traslado. A partir de allí comienzan a desplegar un conjunto de estrategias destinadas a obtener un trabajo, conseguir un lugar para vivir, como también el mantenimiento de las redes de ayuda preestablecidas, y a la conformación de nuevas relaciones sociales en el contexto local. Aquellos

que no tienen un red familiar de apoyo muy amplia o potencialmente efectiva, recurren a los encuentros con los compañeros de las escuelas de idioma o trabajo, en bares, discotecas o el consumo de productos típicos a través cenas en las casas¹⁵, es un medio para crear, mantener y activar redes que resultan cruciales para que circule la información sobre futuros trabajos y obtener un mayor control de los recursos de la ciudad.¹⁶

Emprendedores e inmigrantes modelos

Las identidades étnico-nacionales de los ‘inmigrantes asiáticos’ en el contexto español no se ven libres de jerarquizaciones, puesto que suelen ser fuentes eventuales de reconocimiento y de prestigio, pero también de discriminación. En la producción y circulación de un discurso social ambiguo y contradictorio sobre la categoría ‘inmigrantes asiáticos’ cobran especial importancia la participación conjunta de grupos políticos y económicos, medios de comunicación, “expertos” y “portavoces autorizados” de diversas asociaciones de inmigrantes asiáticos. En términos generales, el discurso social que toma por objeto el fenómeno migratorio y a sus protagonistas no sólo le da sentido y existencia a éstos (los presenta y representa) sino que sirve a los procesos de construcción de hegemonía (Bourdieu, 1988; Foucault, 1980; Voloshinov, 1993).

En la década reciente, la coincidencia de intereses entre grupos políticos y económicos madrileños y las “élites comerciales” del empresariado asiático —china, taiwanesa, hindú y japonesa—, entre los cuales comparten una serie de valores basados en la confianza del intercambio empresarial, la necesidad de respetar las reglas de juego de un mercado libre y el éxito individual, han creado una inmensa arena de negociaciones que contribuyó a la elaboración de discursos que revalorizan las actividades empresariales de los pobladores asiáticos debido a las ventajas políticas y económicas que se espera de ellas.

En el terreno sociopolítico madrileño se priorizan todos aquellos factores culturales y sociales —valores culturales, habilidades innatas, reciprocidad, confianza— que determinan el éxito de algunos empresarios

¹⁵ Los japoneses con menos recursos, estudiantes y trabajadores en el mercado “informal”, hacen referencias al consumo de productos japoneses “típicos” en ocasiones especiales —festivos, fiestas de cumpleaños, comidas especiales, etc.—, debido al elevado precio de los productos.

¹⁶ El compartir la vivienda y los gastos se convierte en una práctica habitual entre los estudiantes que llegan para aprender español y luego trabajar en la ciudad. La forma de encontrar “residencia compartida” se realiza a través periódicos, carteles o información que proporciona algún conocido.

asiáticos en términos de beneficios producidos en la región. Estos beneficios se relacionan con la posesión de cualidades y recursos altamente valorados para competir y participar en la economía mundial capitalista: medios baratos y efectivos de ocupar espacios en el mercado laboral, capacidad de triunfo, alta competitividad, flexibilidad, capital económico, capacidad de generar empleos, capital social que los convierte en autosuficientes, etc. Otro de los aspectos valorados por las elites políticas y comerciales madrileñas son las conexiones transnacionales que proporcionan, entre otros, los empresarios asiáticos que ocupan posiciones de poder y prestigio, ya que facilitan la entrada en los mercados asiáticos a los empresarios madrileños para aprovechar el bajo coste de la mano de obra en la industria manufacturera.¹⁷

Hasta principios de la década de 1990, algunos empresarios asiáticos exitosos, basaron su prestigio en sus habilidades como mediadores y en su buen manejo del español para solucionar conflictos dentro del colectivo que pertenecen o cuando consideran que el colectivo se encuentra amenazado. Las vinculaciones con políticos y funcionarios del poder local les permitió obtener cargos que connotan una posición privilegiada en torno a temáticas relacionadas con políticas migratorias, asesoramiento económico, resolución de disputas y control de las prácticas comerciales de sus propios compatriotas, como también una visión legítima de la comunidad a la que pertenecen.¹⁸

En los discursos oficiales de algunos políticos madrileños durante las fiestas culturales (Festejo del Año Nuevo chino, japonés o taiwanés), actos inaugurales o encuentros económicos y también en los mensajes de los medios de comunicación, se recuperó la figura del emprendedor de finales del siglo XIX (Boltanski y Chiapello, 2002) atrapada en valores morales e ideologías productivistas, para configurar a los sectores dedicados al mundo empresarial procedentes, especialmente de China, Taiwán, Japón e India.

Un número importante de artículos de la prensa escrita, en un intento de recuperar técnicas de la Antropología o la Sociología, como es la historia de vida, se centran en reconstruir la trayectoria empresarial de inmigrantes

¹⁷ En los últimos años se han multiplicado los viajes de las delegaciones del gobierno regional, empresarios españoles y representantes de asociaciones de comerciantes y empresarios chinos, taiwaneses, japoneses e hindúes hacia diversas zonas de los países asiáticos. Estos encuentros políticos y económicos, reflejados y ritualizados en los medios de comunicación, son instancias de producción y reproducción de representaciones de sentidos sobre la existencia de nacionalidades emprendedoras que permean el espacio social más amplio.

¹⁸ En relación al rol de los líderes de las asociaciones chinas en España, véanse los trabajos de Nieto (2007) y Betrisey (2007)

asiáticos a través de una serie de rasgos que se ajustan a la figura del “emprendedor” o pionero. Para ello hacen hablar a sus protagonistas, los cuales manifiestan todo un conjunto de elementos heroicos, actitudes de riesgo, innovación, especulación, que les permite avanzar en las oscuridades de una tierra desconocida y en la aventura capitalista, buscando a su vez, similitudes con otras identidades regionales de carácter pionero en España:

Unos amigos que habían emigrado a Asturias hace 25 años le dijeron a mi padre que en España el mercado estaba sin explotar. Ante tal perspectiva, Cheng no dudó en traspasar a su primo su fábrica de baldosas en Wenzhou y venirse con su mujer. Con los ahorros montaron un restaurante en Oviedo, donde nació Felipe, y con las ganancias se trasladaron a vivir a Madrid para abrir tiendas de ropa, al tiempo que invertían en pisos en China...Felipe Cheng, portavoz de la Asociación de Comerciantes Chinos en España (ACCE) compara a los zhejiangneses con los gallegos: “somos aventureros: hemos emigrado toda la vida. Zhejiang es la Galicia china” (“Todo queda en Familia”. *El Semanal* del ABC, 13 de marzo de 2005).

A su vez, el emprendedor es el hombre que se hace a sí mismo, con base en su propio esfuerzo, con ayuda de su tenacidad y el inmenso trabajo. A esto se suman las posibilidades que ofrece un sistema capitalista que premia el mérito y el buen hacer con el ascenso social. Así lo expresa un periodista en el periódico *El País*:

El propio Hong Guang Yugao es un prototipo de emigrante chino en España: tras haber llegado al país para trabajar como camarero, es ahora propietario de dos restaurantes en sendas poblaciones de la sierra madrileña. Ahorró lo suficiente durante tres años para montar su negocio: sin apenas descanso, cada día se levantaba a las seis de la mañana para recibir clases de español. Luego, le esperaba una jornada completa en el restaurante. Y eso para un chino significa más de 12 horas de trabajo al día y muy pocos días de descanso al mes. Hong Guang Yuga domina el castellano, y eso le permite servir de intérprete con Song Hua Xu, presidente de la Asociación de Chinos en España, empresario de 56 años, dueño de restaurantes, agencias de viajes y tiendas de productos alimenticios. Song Hua también fue cocinero en un restaurante (*El País*. “El poder chino en España”. Domingo 27 de marzo de 2005, p. 2, suplemento dominical.)

Existen también narrativas sobre la trayectoria del empresario asiático en donde aparece otro de los rasgos importantes de la figura del emprendedor: la liberación de las comunidades locales marcadas por el horror o las penurias, junto a la aparición de un espacio libre donde es

posible que prosperen todas las potencialidades (tenacidad, trabajo duro, sentido de la oportunidad) que lo convierten en un “pionero” (Boltanski y Chiapello, 2002). Esto puede observarse en la reconstrucción que hace otro periodista de la historia empresarial de un “inmigrante shindi”, presentado como una “figura heroica” y único “organizador” de una gran empresa que se sirve del mercado financiero para los procesos de acumulación. Los comienzos de la “historia de vida” destaca por aquellos aspectos que se consideran fundamentales para construir la imagen del “pionero asiático”: la descripción del lugar de nacimiento, los trágicos sucesos que marcaron su niñez, la ruptura con su lugar de origen (el traslado a trabajar en un bazar en Hong Kong) y el comenzar “desde abajo”.

Nació en una ciudad de la India que hoy es Pakistán. Huyó de las matanzas entre musulmanes e hindúes y empezó a trabajar en un bazar de Hong Kong con 17 años. Colocó 120 000 euros en acciones del Popular en 1983. 22 años después ha logrado en Bolsa una fortuna de 325 millones de euros, siempre invirtiendo en bancos. Ram Bhavnani tiene 61 años, aunque según su pasaporte son 60. Nació en Hyderabad, en la región de Sindh, que pertenecía a la India, pero que posteriormente, en 1947, quedó dentro de las fronteras de Pakistán tras la descolonización del Imperio Británico. “En realidad soy shindi más que indio”, aclara Bhavnani. “Somos un pueblo sin patria. Nuestra lengua es distinta a la de India y escribimos de derecha a izquierda, igual que los árabes y los kurdos”. Con cuatro años, en 1947, huyó a la India porque en su ciudad “había terribles matanzas de los musulmanes contra nosotros. Cortaban la cabeza a las personas. En otros sitios era al revés. Fue una época muy dura”.

A su vez, hacer crecer sin límites la empresa se conjuga con unas atribuciones personales y éticas (sencillez, austeridad, honradez, talento) que inspiran una determinada forma de proceder en el mundo empresarial, alejada de la ferocidad de los mercados financieros.

Sin embargo, la vida de este millonario está regida por la sencillez y la austeridad. En sus oficinas apenas hay cuadros colgados. Sólo tiene un sencillo mobiliario, las pantallas de Bolsa y un televisor siempre conectado al canal financiero de Bloomberg. Los que han trabajado con Bhavnani o han tenido trato con él por sus inversiones corroboran este estilo de vida. “Es austero en todo lo que hace y controla los gastos al céntimo”, comentan estas fuentes. Este indio, que confiesa ser un hombre muy religioso, afirma que “lo importante es vivir bien, con tranquilidad, alegría y estar contento con uno mismo. No veo la necesidad de tener grandes casas, chófer o coches de alta cilindrada. Ahora, también tengo mis lujos, porque viajo a Poona, mi hogar, todos los años”. Esta filosofía también cree que debe aplicarse a las empresas y a los directivos. “No

me gusta la gente que derrocha y tampoco me gustan los ejecutivos que no son sinceros"...Las empresas deben ser honradas y no abusar de su posición" ("Multimillonario del Bazar", *El País digital*, 26.06. 2005).

Estas figuras del inmigrante emprendedor, que se ajusta a las condiciones del capitalismo flexible, se convierte en un modelo y un referente identitario, tal como podemos observarlo en los discursos de algunos pobladores japoneses que hemos entrevistado y que se han dedicado a la restauración en décadas recientes.¹⁹

M. es un empresario japonés de 59 años, que vive en Madrid hace 25 años. Se caracteriza por aparecer asiduamente, desde hace una década, en las revistas económicas nacionales y japonesas como un ejemplo de éxito en el mundo empresarial asiático en el contexto madrileño:

Primero trabajé como camarero...mucho tiempo allí y también trabajo... Después vi oportunidad de poner mi propio restaurante... Empecé con poco, sólo un restaurante, ayudar un hermano... Luego empezó la competencia (otros restaurantes asiáticos), quería cambiar sistema. Tenía dudas si no fuera bien, quería poner restaurante más lujoso, no había en ese momento (finales de la década de 1980) y, mira, no me fue mal...

La forma en el que empresarios japoneses se apropian de esas nociones del emprendedor depende de la posición ocupada en el campo de fuerzas económicas y de las tensiones y fracturas creadas por dicha incorporación a través de las prácticas cotidianas. La trayectoria laboral en Madrid de Tio., de 38 años, comienza como técnico en una empresa de telecomunicaciones, de la cual fue despedido hace un año, en una de las habituales reestructuraciones laborales. El poco dinero ahorrado y el préstamo que le hizo su padre le permitieron instalar un restaurante en un céntrico barrio de Madrid, rodeado de bancos, oficinas y centros comerciales. Al hablar sobre su negocio dice:

Es un sitio pequeño, tiene para unas 20 personas, por ahora va bien... Cuando uno habla que tiene un restaurante parece que siempre es exitoso, pero no es

¹⁹ Destacar el valor social que emerge de la figura de emprendedor no es una práctica exclusiva de los empresarios japoneses, sino también de otros sectores sociales empresariales de origen asiático. A modo de ejemplo, en una entrevista con tres "exitosos" taiwaneses, así definidos por la asociación de taiwaneses en España, a la que pertenecen, sólo dos de ellos hablaban y respondían a mis preguntas de forma fluida. En un momento determinado de la entrevista, ambos tienen la sensación de que están monopolizando la entrevista y le piden al tercer amigo que aporte su experiencia. Este señaló que él no podía aportar mucho porque no era tan importante. "Soy sólo un trabajador, un empleado, no soy empresarios como ellos". Sus amigos hicieron bromas sobre su modestia y empezaron a destacar sus logros en el mundo de las finanzas y el trabajo para las grandes multinacionales.

así. Yo estoy empezando y lo que quiero es mantenerme porque no tengo otra cosa, y ver qué pasa. Si no funciona me buscaré otra cosa... Te da seguridad. Es mejor que tener un contrato parcial o trabajar sin contrato, pero es mucha tensión porque tampoco sabes si te irá bien, todo puede cambiar, esto no es una gran empresa.

En relación a su experiencia, Tio evoca los sentidos de autonomía y riesgo propio de la actividad de todo “emprendedor”, pero asimismo desnaturaliza la idea de que dicho trabajo es la única alternativa viable ligada a una especificidad nacional (chinos, japoneses, hindúes, etc.), poniendo en claro que la empresa se encuentra en un campo de fuerzas económicas, donde las decisiones y estrategias empleadas dependen de las bazas obtenidas y de unos límites/posibilidades marcados por el propio campo.

Asimismo, las acciones destinadas a explorar y conquistar nuevos ámbitos, se reflejan en el discurso de pobladores japoneses que se insertan en otros campos laborales (trabajadores temporales) y educativos (estudiantes, profesores). Quienes llegan a España para estudiar español y luego aspiran a permanecer en el país de forma prolongada, recuperan en sus relatos algunos valores de la figura del emprendedor que se lanza a “explorar” y “conquistar una tierra nueva”

P. tiene 30 años, hace seis años que vive en Madrid. Nació en la provincia de Gunma, al norte de Tokio. Realizó en la Universidad de Tokio una licenciatura en Historia, tuvo trabajos temporales y antes de llegar a España se encontraba desempleado. Al preguntar por el motivo de su llegada nos menciona su interés por aprender el español. Dicho interés, a su vez, se relaciona con las potenciales oportunidades que puede generar el conocimiento de un idioma a la hora de encontrar un trabajo. Para poder concretar el estudio del español en Madrid, utilizó la información disponible de instituciones gubernamentales y empresas privadas.

A mí me interesaba mucho aprender otro idioma. Estaba buscando ¿no? Estaba viendo qué idioma estaba adecuado conmigo. Inglés, no tengo capacidad, o sea pronunciación fatalísima y fonéticamente. Como español y japonés son similares, por eso elegí España. A mí me daba igual cualquier sitio, o sea, como México, Chile, Argentina, me daba igual, pero también, sí, me interesaba mucho la historia europea también. Por eso elegí España y nada (se ríe). Por trabajo también, hay trabajo en cualquier lugar, me da igual o sea como China, Vietnam o donde, donde sea. Sólo sí, quería tener mucha experiencia ¿no? En Alcalá de Henares hay una escuela privada porque en Japón hay mucha información sobre tarjeta de estudiantes en España, o sea, ellos siempre están ofreciendo,

irse a escuela de idiomas privada. En Japón también hay mucha escuela de idioma. Ahí se enseña inglés, por supuesto, y ahora hay más chino y coreano y francés, español también, pero español poco. Por ejemplo, en mi provincia que necesitan la gente, por ejemplo en mi provincia hay mucha fábrica, hay mucho brasilero que esta trabajando ahí, igual, hay mucho peruano.

Luego de estudiar un año en la escuela de idiomas de Alcalá de Henares, decidió quedarse a vivir en España y comenzó a buscar trabajo. La ciudad de Madrid es percibida como un lugar lleno de potencialidades, donde es posible estudiar, trabajar y “cambiar de aire”, a pesar de las relaciones laborales precarias y la inestabilidad que les proporciona el mercado laboral local.

Primero yo pensaba que estaría acá dos años pero cuando estaba a punto de terminar mi curso quería quedarme más tiempo, por eso empecé a buscar trabajo y menos mal que encontré un trabajo en restaurante japonés, ahí yo he trabajado tres años.

Para F. un hombre de 32 años que lleva seis años en España y se encuentra actualmente desocupado, dicha estancia es un contrapunto al trabajo extenuante y, también, al paro que existe en Japón, especialmente para el sector de los jóvenes:

No pienso más trabajar en empresa, hay mucho estrés ¿no? Desde nueve de la mañana hasta las cinco me siento en una silla con un ordenador, me aburro (haciendo referencia al trabajo en Japón). O sea, mi trabajo favorito, así como, hablar con la gente, hablar con los clientes, eso sí. Estoy buscando un trabajo de eso, pero que sea de verdad (refiriéndose a un trabajo estable)... En Japón, si alguien toma vacaciones, cuando vuelve a su sitio, ya no tiene sitio ni nada, así. Te echan.

H. una japonesa de 32 años, estudiante de español que trabaja en la tienda de ropa de una amiga, llegó a Madrid hace un año. Su llegada a la ciudad es percibida como una forma de alejarse de algunos roles socialmente contruidos con base en el género —casamiento, maternidad— y hacer frente al paro alargando su formación en una ciudad marcada por la “alegría” y el “divertimento”.

Ahora yo tengo 32 años, por eso en Japón, normalmente 32 años, mujer, tengo que pensar sobre vida. Entonces, en Japón, 32 años es casarse o trabajo. Pero no hay trabajo y por eso me siento sobre todo, estresada. En Madrid, poco tengo que pensar, poco sobre la vida, pero en Japón demasiado. Sí, demasiado estrés, Madrid es más tranquilo y muy agradable y divertido, sí. Sí, creo que

los españoles, depende de la persona, claro, pero creo que, los españoles están pensando siempre para divertir, viven la vida, sí, sí, sí, sí...

Los mensajes sobre las cualidades y las virtudes que proveen las ciudades españolas para quienes cumplan con determinados rasgos “aventureros” son divulgados por la propaganda exterior de los sucesivos gobiernos locales en búsqueda de nuevos mercados ventajosos para las empresas españolas o para atraer turistas,²⁰ las agencias institucionales y educativas (públicas y privadas), por las versiones de otros inmigrantes asiáticos que han vivido en la capital y regresan a sus lugares de origen y por los propios inmigrantes españoles que viven en ciudad asiáticas. Los mismos se actualizan en los relatos de los entrevistados de origen japonés, no sin mostrar en algunos casos cierta contrariedad al no poder prosperar en dichos lugares como esperaban (“encontrar un trabajo de verdad”) o “divertirse” tal cual lo pensaban. La forma en que son incorporadas estas creencias en las que se idealiza los “lugares nuevos”, no son producto del desconocimiento o la ingenuidad de estos sectores, sino que operan fundamentalmente sobre un conjunto de significaciones disponibles en la conciencia social en la que se refuerzan y confirman.

Por otra parte, si consideramos que la posición ocupada por los sujetos en el espacio social, junto a las nominaciones y distinciones que van construyendo esas posiciones definida de forma relacional, genera un sentido práctico que rige la propia experiencia del lugar ocupado y los comportamientos que hay que tener para mantenerse en él (Bourdieu, 1999). Muchos de los japoneses entrevistados que han logrado cierto prestigio en el campo económico o que poseen un importante capital cultural expresan todo un conocimiento práctico (enfadarse o burlarse del desconocimiento de algunos sectores de la sociedad nacional, distanciarse de otros grupos asiáticos) que le permite establecer distintas formas de “representación ventajosa de sí mismo”, posicionándose más allá del espíritu aventurero o la capacidad para sortear dificultades, intentando imponer como legítimos otros valores propios (elevada educación, honestidad, etc.), también favorables a su ser social, que serán presentados como contrapuestos a los estereotipos circulantes.

I. de 29 años, psicólogo y empleado, como camarero en un restaurante japonés de Madrid, en un intento por refutar la imagen estereotipada que tienen determinados sectores de la sociedad nacional, descalifica con

²⁰ En este sentido, resulta significativo el llamado Plan Japón, que se puso en marcha por iniciativa del Ayuntamiento de Madrid y contó con el asesoramiento de los principales representantes de las asociaciones japonesas relacionadas con el sector económico.

ironía y sarcasmo a aquéllos que por “ignorancia” lo confunden con “un chino” y además muestran cierta “simpleza” frente al conocimiento de “lo japonés”.

Los jovencitos (españoles) siempre dicen ¿no? Como: “chino”, “chino”, “chino”, “chino”, a veces como me molesta, aunque no me digan. Si, por ejemplo, con mis amigos estamos caminando, la gente me dice “chino”, o sea, no importa. Yo no soy chino, no hablamos chino, ¿entiendes? Así, un poco de problema ¿o no?

¡O sea!, primero alguien me dice: chino; No Japón. Ah, Japón, ¡Eres japonés! ¡Eres japonés! O sea, conoces este tipo dibujo (Manga) ¿no conozco nada! la verdad, sobre dibujito animado, pero bueno (ríe), que siga, que siga, que siga, que se vaya a Japón a aprender cultura japonesa. Nada más, así ya tranquilo” (K. 30 años camarero).

Generalmente, quienes operan con base en conocimientos estereotipados o estigmatizantes establecen una simplificación de lo que se considera “diferente”, que una vez localizada en grupos concretos concentran la variedad en unos pocos rasgos y le atribuyen a los diacríticos un valor moral o ideológico.

En el contexto urbano madrileño, son comunes las clasificaciones peyorativas que asocian “lo japonés” con “lo chino”, haciendo alusión a la existencia de “rasgos físicos similares” (ojos rasgados, color amarillo, etc.).²¹ De esta forma, “lo japonés” es definido por parte de algunos sectores de la sociedad española por los rasgos fenotípicos con una importante connotación racial.

Estas categorías se convierten en efectivas en la medida que dichos sectores asumen las representaciones que de ellos tienen los miembros de la sociedad, es decir, cuando asumen la condición de inmigrantes asiáticos como estigma. En estos casos, el sujeto está abocado a adoptar, acerca de sí mismo, el punto de vista de los demás, es decir, adoptar el punto de vista de los otros para descubrir y evaluar de antemano como lo van a considerar. Durante uno de mis primeros encuentros con X., una empresaria de importación/exportación de productos japoneses, me pregunta repentinamente y mirándome fijamente: ¿Cómo nos ven ustedes, separan al chino de un japonés o de un taiwanés? ¿Qué idea tenéis? La pregunta me había sorprendido en ese momento y recuerdo haber contestado una serie

²¹ Este es un proceso de construcción de la diferencia en el que se anulan las distinciones y desigualdades dentro de los grupos nacionales, que no sólo afecta a los pobladores japoneses, sino que se establecen operaciones similares en torno a pobladores que provienen de otras regiones asiáticas.

vaguedades para salir del paso. Por su parte X., estableciendo una distancia relacional que denota la expresa intención de marcar las diferencias con grupos de nacionalidad china:

Nosotros somos muy distintos, ellos (los chinos) se reparten los terrenos, en Fuenlabrada todo es de ellos, se prestan dinero. La forma de pensar es muy distinta. Todo es vender y vender barato... además son de una cultura muy distinta, miran al costado y escupen. Nada de eso hace un japonés, jamás lo encuentras en nuestra cultura... Mi marido a veces se enfada, la gente intenta regatearle porque tiene una mujer oriental, entonces tiene que tener todo más barato...

Relatos como éstos nos recuerdan que es en la relación cotidiana con otros grupos sociales (nacionales o extranjeros), donde surge la necesidad de una identificación enunciada y argumentada culturalmente (nosotros no somos como ellos) que permita marcar los límites que los separan de otros grupos e identidades posibles. Por lo tanto, ese “ser diferente” lejos de ser comprendido como algo dado exclusivamente por una cierta historia, cultura o lengua propia como si fuesen “cosas”, se genera siempre en el marco de relaciones sociales de poder que separan a los grupos entre sí, inmersos en múltiples luchas simbólicas y materiales.

Conclusiones

El trabajo llevado a cabo mediante el análisis de las experiencias migratorias de un conjunto de pobladores japoneses (mujeres y hombres) que habitan en la ciudad de Madrid plantea las dificultades que poseen aquellos estudios que, por un lado, intentan mostrar exclusivamente a estos sectores como simple mano de obra que se mueve en función de los procesos de expansión/contracción del capital y, por otro, analizan los procesos migratorios y sus protagonistas como simples replicantes de grandes cuadros culturales. Precisamente en ese intento por reconstruir lo social desde el punto de vista del actor, nos encontramos ante la complejidad y contradicción que cargan las narrativas, expresiones y significados en torno a las experiencias migratorias, concebidas como un producto social e histórico.

El objetivo que perseguimos con nuestro análisis fue centrarnos en dichas experiencias como un aspecto que cobra relevancia y de las que pueden servirse diversos pobladores japoneses, social y culturalmente posicionados, en las luchas simbólicas por el reconocimiento en lugares de la ciudad que se presentan de “otros”. En el contexto de esas luchas simbólicas

estas experiencias migratorias —explicadas, justificadas o legitimadas— serían, al mismo tiempo, estructuradas en función de y estructurantes con relación a ciertos valores hegemónicos vigentes en la sociedad receptora en torno a la inmigración. En este sentido, hemos comprobado cómo muchas de las experiencias incluyen o incorporan valores y signos emblemáticos definidos como valiosos (espíritu emprendedor, fortaleza, alegría, etc.) en el contexto madrileño, para distinguirse de los demás grupos de inmigrantes y acumular capital simbólico. A su vez, proporcionan y validan un conjunto de creencia en torno a la categoría atribuida de ‘inmigrantes modelos’. En cambio, en otros casos, dependiendo de las tensiones y contradicciones creadas por esta incorporación, se establece cierta resignificación de dichos valores en un intento por seguir otorgando significados positivos a sus identidades.

Resulta importante subrayar que la narrativa de las experiencias migratorias de los pobladores japoneses no implica una falsificación o manipulación, sino que se convierte en una práctica cultural central en su constitución como actores sociales en el marco de luchas simbólicas de la existencia cotidiana que contribuyen a la elaboración del mundo social (Bourdieu, 1999) y a la búsqueda de mejor acceso en un contexto social habituado a otorgar un carácter problemático a gran parte de los pobladores extranjeros.

Bibliografía

- ALTHABE, Gérard, 2006, “Hacia una antropología del presente”, en *Cuadernos de Antropología Social*, núm. 23.
- ÁVILA TÀPIES, Rosalía, 2006, “Japón y las migraciones internacionales: una revisión bibliográfica de los artículos del *International Migration Review* (imr)”, en *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, núm. 663.
- BELTRÁN, Joaquín y Amelia SÁIZ, 2006, “Diáspora japonesa a Catalunya”, en *dCIDOB Japó, el sol renaixent*, núm. 101.
- BETRISEY, Débora 2007 “Migración, comercio mayoristas “chino” y etnicidad, en *Revista CIDOB d’Afers Internacionals* 78.
- BOLTANSKI Luc y Ève CHIAPELLO, 2002, *El nuevo espíritu del capitalismo*, Akal, Madrid
- BOURDIEU, Pierre, 1988, *Cosas dichas*, Gedisa, Buenos Aires.
- BOURDIEU, Pierre, 1999, *Meditaciones pascalinas*, Anagrama, Barcelona.
- CAMPÀ VALLS, Luis, 1998, “La presencia humana de Japón en España”, en *Papers* 54.

- CARRASCOSA MORALES, Antonio, 2003, "El atractivo del mercado japonés para las empresas españolas", en *Boletín Económico del ICE*, núm. 2770.
- CASTILLO, Juan José, 1998, *A la búsqueda del trabajo perdido*, Tecnos, Madrid.
- CASTILLO, Juan José, 2004), *Los estragos de la subcontratación: la organización del trabajo como riesgo laboral*, UGT, Madrid.
- COMAROFF, Jean 1985 *Body of power; spirit of resistance: the culture and history of a South African people*, University of Chicago Press, Chicago.
- FERREIRA, Hirata y Bueno DOS REIS GARCÍA, 2001, "O papel do estado na migração internacional: o exemplo dos dekassegus", en *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, núm. 94 (57).
- FOUCAULT, Michel, 1980, *El orden del discurso*, Tusquets, Barcelona.
- GLASSER, B. Y A. STRAUSS, 1967, *The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research*, Aldine, Nueva York.
- HARVEY, David, 1998, *La condición de la posmodernidad: investigación sobre el origen del cambio cultural*, Amorrortu, Buenos Aires.
- ITOH, Makoto, 2006, "Japón: ¿un gigante con pies de plomo?", en Samir Amir *et al.*, *Poderes emergentes en Asia*, Hacer Editorial. Barcelona.
- KEESING, Roger, 1994, "Colonial and counter colonial discourse in Melanesia", en *Critique of Anthropogy*, 14 (1).
- LABORDE CARRANCO, Adolfo, 2006, "La política migratoria japonesa y su impacto en América Latina", en *Migraciones Internacionales*, núm. 3, vol. 3, El Colegio de la Frontera Norte.
- LAHERA SÁNCHEZ, Arturo, 2005, "Mutaciones productivas, trabajo y empleo: ¿desarrollando la calificación y las competencias de los recursos humanos?, en *Competencias, igualdad de oportunidades y eficacia de la formación continua*, Fundación Tripartita, Madrid
- LEM, Winnie, 2007, William ROSEBERRY, s/f, "Class and inequality in the anthropology of migration", en *Critique of anthropology*, vol 27 (4).
- LOSOVIZ, Pablo, 1996, *Japón: mercado laboral y políticas de empleo*, Ministerio de Economía y Obras y Servicios Públicos, Buenos aires.
- NIETO, Gladys, 2007, *La inmigración china en España. Una comunidad ligada a su nación*, Ediciones los Libros de la Catarata, Madrid.
- OCDE, 2005, http://www.oecd.org/document/39/0,3343,en_2649_34225_36459431_1_1_1_1,00.html.
- ONG, Aihwa, 1987, *Spirits of resistance and capitalist discipline: factory women in Malaysia*, Suny press, Alany
- ONG, Aihwa, 1999, *Flexible citizenship : the cultural logics of transnationality*, Duke University Press, Durham y Londres.
- ORTIZ, Renato, 2003, *Lo próximo y lo distante. Japón y la modernidad-mundo*, Interzona, Buenos Aires.
- PAJARES, Miguel, 2008, *Inmigración y mercado de trabajo. Informe 2008*, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Madrid.

- RODAO GARCÍA, Florentino, 1993, *Las relaciones hispano-japonesas, 1937-1945*, Tesis de Doctorado. Universidad Complutense, Madrid.
- ROSEBERRY, William, 1994, "Hegemony and the language of contention", en Joseph GILBERT y Daniel NUGENT, *Everyday forms of state formation. revolution and the negotiation of rule in modern Mexico*, Durham and London, Duke University Press.
- RUESGA, Santos y TOKADO, Kazuei, 1996, "Inversiones japonesas en España: una perspectiva europea", en Luis RAMOS y José RUIZ (eds.), *Economía y empresa japonesa. Su presencia en España*, Instituto de Estudios Japoneses de la Universidad de Valladolid, Valladolid.
- SASSEN, Saskia, 2003, *Los espectros de la globalización*, FCE, Buenos Aires.
- SECRETARÍA DE ESTADO DE INMIGRACIÓN Y EMIGRACIÓN, 2007, *Anuario Estadístico*, Ministerio de Trabajo e Inmigración.
- THOMPSON, Edward, 1977, *La formación histórica de la clase obrera: Inglaterra 1780-1832*, Laia, London.
- STEINBECK, John, 2007, *Los vagabundos de la cosecha*, Libros del Asteroide. Barcelona.
- VOLOSHINOV, Valentin, 1993, *Marxismo y filosofía del lenguaje*, Alianza, Madrid.

Débora BETRISEY

Doctora en Antropología Social y Cultural por la Universidad de Sevilla. Profesora del Departamento de Antropología Social de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la Universidad Complutense de Madrid. Su actividad investigativa se ha centrado en el análisis de los procesos migratorios, marginación y exclusión social en América Latina y Europa. Los resultados de estas investigaciones y proyectos académicos han sido publicados en revistas españolas, latinoamericanas y canadienses: *Medical Anthropology*, Canadá e Inglaterra; *Sociología del Trabajo*, España; *Migraciones Internacionales*, México; *Ager Revista sobre Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural*, España; *Revista Sociológica*, México; *Sociedad y Utopía*, España; *Revista Antropológica*, Perú; *Revista Etnia*, Argentina; *Revista Avà Argentina*, así como en diversos libros colectivos. Su más reciente libro es *Mujeres migrantes. Un estudio de casos sobre las migraciones internas en la provincia de Misiones*. Correo electrónico: dbetrisey@cps.ucm.es