El Colegio de México

Centro de Estudios de Asia y África

Nihonjinron: mitos y realidades del Sistema Empresarial Japonés. El concepto de grupo como ideología empresarial (1970-2010)

Tesis presentada por

ALICIA AZUMA HIRUMA

para optar al grado de

MAESTRÍA EN ESTUDIOS DE ASIA Y ÁFRICA

ESPECIALIDAD: *JAPÓN*

DIRECTORA:

Dra. Yoshie Awaihara

Ciudad de México, 2020

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN **5**

Capítulo I. Una aproximación teórica al concepto *nihonjinron* **9**

1.1. Definición del término 9

1.2. *Nihonjinron*: orientalismo y auto-orientalismo 12

1.3. *Nihonjinron* como ideología nacionalista 15

1.4. *Nihonjinron* como ideología empresarial 18

1.5. Definición del concepto de grupo en el marco del *nihonjinron* 19

Capítulo II. Antecedentes. *Nihonjinron* y el concepto de grupo en la ideología empresarial japonesa: del *ie* al *shudanshugi* (1600-1970) **24**

2.1. La ideología empresarial japonesa en la época Tokugawa (1600-1867) 24

2.2. La ideología empresarial japonesa en la época Meiji (1868-1911) 28

2.3. La ideología empresarial japonesa en los años de preguerra y de guerra (1912-1945) 36

2.3.1. El *nihonjinron* patriótico 45

2.4. La ideología empresarial japonesa durante los años de posguerra y de crecimiento económico (1950-1970) 47

2.4.1. El *nihonjinron* de la posguerra 52

Capítulo III. El concepto de grupo: su creación, reproducción y mantenimiento como base de la ideología empresarial japonesa (1970-1990) **56**

3.1. La construcción teórica del concepto de *grupo* (*shudanshugi*) y de *la sociedad centrada en la empresa* (1970-1990) 57

3.2. El papel de los empresarios en la construcción y difusión de teorías sobre el grupismo, la unicidad cultural japonesa y la identidad nacional (1970-1990) 64

3.3. El papel del gobierno en la construcción y difusión de teorías sobre el grupismo, la unicidad cultural japonesa y la identidad nacional (1970-1990) 71

3.4. Difusión y reproducción del *nihonjinron* por autores no japoneses 73

3.5. El inicio del fin del *nihonjinron* como ideología del sistema empresarial japonés (1990) 75

Capítulo IV. La importancia del individuo en la sociedad del conocimiento del siglo XXI: ¿un nuevo *nihonjinron*? (1990-2010) **81**

4.1. Los cambios globales a inicios del siglo XXI 83

4.2. La reforma educativa como motor del cambio estructural de Japón 86

4.3. Las transformaciones del *nihonjinron* en la actualidad: ¿del grupismo al individualismo? Un nuevo discurso nacional sobre "lo japonés" a inicios del siglo XXI 88

4.4. El papel de los empresarios en la era de la globalización en el marco de la Comisión del Primer Ministro sobre las Metas de Japón para el Siglo XXI (1990-2010) 93

CONCLUSION **96**

ANEXO 1 101

ANEXO 2 105

BIBLIOGRAFÍA **108**

Introducción

Cuando inicié este trabajo de investigación mi interés se enfocaba en las posibilidades que existían de adaptar el sistema empresarial japonés (de ahora en adelante SEJ) en México. La primera dificultad que identifiqué fue la consideración de los factores culturales que influían en este proceso de adaptación. La discusión alcanzaba niveles extremos entre quienes desestimaban por completo la influencia de los factores culturales y aquellos que apoyaban la tesis de que su presencia o ausencia determinaba el éxito o fracaso del proceso de adaptación de este sistema empresarial en el exterior.

En este contexto, durante la estancia de investigación que realizamos a Japón en el año de 1997, pude constatar a través de una serie de entrevistas y visitas a empresas y a fábricas japonesas, la existencia de una visión muy difundida no sólo entre los especialistas sino principalmente entre los empresarios, trabajadores y la sociedad en general, de Japón como un ente único y, por ende, difícil de comprender, aprehender, comparar y emular en el exterior. Esta visión anulaba casi toda posibilidad de adaptar el SEJ en cualquier país, incluyendo los países asiáticos o, en el mejor de los casos, hacerlo sólo de manera híbrida. Debo subrayar que al realizar las entrevistas en Japón mi objetivo de estudio inicial era explorar las posibilidades de adaptación del SEJ en México, por lo que no ahondé acerca del *nihonjinron* y el sistema empresarial. Fue hasta el final del viaje que al revisar el resultado de las entrevistas me percaté de aquella otra perspectiva que ofrecía el tema.

Ante la amplitud y ambigüedad de la discusión y el exceso de información que existe sobre el tema, el siguiente paso para delimitar mi investigación fue recurrir a un marco teórico que me proporcionara las herramientas conceptuales y de análisis para comprenderlo y explicarlo. En este proceso me encontré ante un nivel de análisis que me abrió nuevas perspectivas sobre la construcción de teorías, no sólo alrededor del SEJ sino sobre el propio Japón: el llamado *nihonjinron* o, de manera literal, "discursos sobre lo japonés" que basan el análisis sobre la japonesidad en factores culturales exclusivos que definen al japonés y a lo japonés. Es un género literario que a través del uso y difusión de textos específicos construye una narrativa con propósitos concretos como son la identidad y la unidad nacional para el desarrollo económico de Japón.

Desde esta mirada, el hecho de que Japón fuese la primera nación no occidental en alcanzar niveles de desarrollo industrial comparables o más altos a los de los países occidentales más avanzados provocó, especialmente a partir de los años 70, una producción importante de publicaciones sobre esta nación asiática. Por la misma razón, y ya como una potencia económica mundial, en la década de los 80 los japoneses iniciaron un proceso de revisión del "ser japonés" en busca de una identidad que le diera un marco explicativo a este renaciente orgullo de ser japonés. De esta forma, a través de la elección de elementos específicos, políticos, empresarios, académicos y líderes de opinión de los medios de comunicación, tanto japoneses como extranjeros, han utilizado a Japón, no siempre de manera consciente, como fuente de algún tipo particular de construcción teórica para diferentes propósitos.

En este sentido, a partir de la década de los 70 se generó un flujo importante de publicaciones sobre Japón, particularmente sobre el SEJ en países occidentales como Inglaterra, Francia, Alemania y EE.UU. y desde luego, en Japón. La visión que prevalecía en estos análisis respondía a propósitos específicos que han variado según el contexto histórico y que han contribuido a crear imágenes y mitos sobre Japón y los japoneses. Desde esta perspectiva, es importante hacer referencia a Said y su definición del Orientalismo como agente de apropiación de la cultura oriental bajo una percepción de "nosotros" como reacción a la creación de "ellos". Según este autor, desde principios del siglo XIX hasta finales de la Segunda Guerra Mundial, Francia y Gran Bretaña habían dominado el Oriente y al Orientalismo como disciplina, pero a partir de la posguerra su lugar fue ocupado por los EE.UU. (Said, 1978).

Mi interés se centra en el análisis sobre la construcción de estas teorías y discursos que han creado, tanto al interior de Japón como en el exterior, imágenes, percepciones y mitos sobre esta nación y sus habitantes, a partir de la consideración del éxito alcanzado por su sistema económico y por su sistema empresarial. El objetivo principal de esta investigación es analizar la construcción de teorías, narrativas y mitos sobre el SEJ con el fin de de-esencializar los conceptos que caracterizan a este sistema y dilucidar la creación de una ideología empresarial japonesa a través del género *nihonjinron*.

Parto de la hipótesis de que el *nihonjinron* ha sido eficazmente utilizado como ideología empresarial para la consecución de metas económicas y para fortalecer el sentimiento de identidad nacional a través de la diferenciación del "nosotros" y "ellos", basada en las

supuestas unicidad y homogeneidad japonesas. A través de la exaltación de las llamadas características nacionales exclusivas que presentan a una sociedad caracterizada por la homogeneidad y el consenso, por relaciones verticales respetuosas de las jerarquías, en armonía y, principalmente, basada en el grupo, se crea un Japón ideal y único, homogéneo, estático en el tiempo, ajeno y diferente al resto del mundo.

Por ello, con el fin de evitar caer en el mismo error del género *nihonjinron* de tratar a Japón y a los japoneses como un ente monolítico y estático, limito mi espacio de análisis al SEJ haciendo énfasis en las diferencias que existen al interior de mismo. En este sentido, el *nihonjinron* habla de "empresas" de manera genérica aún cuando se refiere a las grandes empresas caracterizadas por los llamados "tres tesoros sagrados": el empleo de por vida, el salario por antigüedad y los sindicatos al interior de la empresa, pilares del SEJ. No considera a las pequeñas y medianas empresas que representan alrededor del 80% y que no disfrutan de estos privilegios. De esta forma se esencializa a la empresa, a Japón y a los japoneses como entes monolíticos que comparten las mismas características, cuando en realidad no es así.

Al referirme al SEJ considero la inseparable relación que existe entre el gobierno y los empresarios por lo que también analizo el papel gubernamental en la construcción, fomento y difusión del *nihonjinron* como ideología nacional. En el análisis de la ideología empresarial destaco el concepto de *sociedad centrada en la empresa* (企業中心の社会−*kigyō chūshin no shakai)*, difundida por el *nihonjinron* como la noción ideal de la sociedad japonesa. En este concepto de sociedad, cada integrante de una familia nuclear cumple una función determinada que aporta al desarrollo de las empresas y, por lo tanto, a la nación.

Dado que el eje sobre el que ha girado la construcción de dichas teorías ha residido en factores culturales, la sociedad japonesa ha sido analizada por el *nihonjinron* como un objeto de estudio estático y permanente a lo largo de la historia japonesa, generando imágenes falsas, estereotipos y la creación de mitos a través de construcciones sociales (Lévi-Strauss,1979). Por ello, considero relevante analizar al SEJ como un sistema en proceso de cambio continuo y ubicarlo en un contexto histórico que explique la lógica de su desenvolvimiento en la historia japonesa y mundial. Mi análisis sobre el SEJ se ubica

de los años 70 a principios de los 90, años en los que proliferaron una gran cantidad de publicaciones y estudios sobre la excepcionalidad de Japón y su sistema empresarial.

Por ello, esta investigación se divide en cuatro capítulos: en el I desarrollo el marco teórico-conceptual para definer y explicar al género *nihonjinron*. Parto del concepto de Orientalismo de Said (1978) y del de Miller (1982) del *nihonjinron* como auto-Orientalismo; es decir, la búsqueda de Japón por mantener su identidad no sólo siendo diferenciado por el otro sino buscando por todos los medios diferenciarse a sí mismo del Otro. El eje de mi análisis sobre la ideología empresarial japonesa es el concepto de grupismo (*shudanshugi*) que enfatiza valores útiles para la empresa como lealtad, sacrificio personal, familismo o *ie*, respeto a la jerarquía y la autoridad, armonía y solidaridad y que se ubica en la noción de la *sociedad centrada en al empresa*. Para ello, hago una descripción analítica de las distintas propuestas teóricas que han planteado los principales estudiosos del *nihonjinron* (Befu, 1980a, 1980b, 1984, 1992, 1997, 2001, 2008; Minami, 1971; Mouer y Sugimoto, 1986; Odaka, 1986 y Yoshino, 1992, 1999, entre otros).

En el capítulo II hago un análisis histórico del *nihonjinron* como ideología empresarial en cuatro periodos: la época Tokugawa (1600-1867), la época Meiji (1868-1912), la época de preguerras (1913-1945) y los años de posguerra (1950-1970). En cada uno de ellos hago una breve reseña de los acontecimientos históricos más importantes que definieron el sentido del *nihonjinron* de cada época y del concepto de grupo como ideología empresarial a través de los textos más importantes publicados durante esos años. El objetivo de este apartado es contextualizar el sentido que adopta el *nihojinron* de cada época para servir a propósitos específicos, enmarcándolo en un contexto histórico que explica el sentido de las políticas de gobierno y empresariales para el desarrollo nacional y la lógica de selección y difusión de determinados textos y documentos académicos y/o empresariales entre la sociedad.

En el capítulo III analizo los años de 1970 a 1990, periodo en el que se producen el mayor número de publicaciones del género *nihonjinron* y del SEJ. Destaco aquellas realizadas por grandes empresas como Nippon Steel, Mitsubishi, Toyota y a reconocidos empresarios como Akio Morita y Matsushita Kōnosuke con el fin de analizar sus ideas y su difusión. Considerando la estrecha relación entre la empresa, las universidades o élites pensantes (Yoshino 1992) y el gobierno en Japón, también analizo su papel en la creación,

fomento y difusión de la ideología empresarial como parte de una tríada inseparable. De tal forma que los intelectuales escriben sobre *nihonjinron* como si fuera una prescripción de conducta, el gobierno la convierte en una ideología hegemónica y el *establishment* empresarial lo pone en práctica (Befu, 2001).

En el capítulo IV analizo la situación del *nihonjinron* en la década de los 90 y principios del siglo XXI (1990-2010), años marcados por una prolongada recesión económica en Japón que ha exigido la revisión de distintos aspectos de la sociedad japonesa, del sistema empresarial y del propio individuo. Busco identificar la posible e incipiente construcción de una nueva narrativa empresarial-gubernamental y de las así llamadas élites pensantes sobre un renovado *nihonjinron* acorde con las necesidades actuales de la sociedad japonesa en el marco de la globalización, del desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación, y del cambio hacia la sociedad del conocimiento. Una nueva construcción narrativa en la que la importancia del grupo es sustituido por el individuo ante la necesidad y el valor que han adquirido las nuevas competencias y habilidades de los recursos humanos como son la creatividad, la iniciativa y el liderazgo para el desarrollo económico de Japón en el siglo XXI. Por último, presento las conclusiones de este trabajo de investigación.

Capítulo I. Una aproximación teórica al concepto *nihonjinron*

1.1. Definición del término

El hecho de que Japón registrara niveles de desarrollo industrial comparables o más altos a los países occidentales más avanzados provocó, especialmente en EE.UU., un incremento importante de publicaciones sobre esta nación asiática. A finales de la década de los 60 a raíz del así llamado "milagro económico japonés", los estudios que intentaban explicar este fenómeno, al no encontrar explicación en los modelos económicos occidentales, comenzaron a concentrarse en aquellos aspectos culturales que consideraban únicos de Japón. En la década de los 80 Japón se había convertido en la segunda economía más poderosa del mundo y en un modelo capitalista alternativo. Este hecho generó en Japón una amplia discusión sobre "lo japonés" exaltando las virtudes de los logros económicos como únicos, como netamente japoneses.

Este proceso de discusión sobre las teorías que buscaban explicar la identidad japonesa dio origen al fenómeno conocido como *nihonjinron* o discursos sobre los japoneses. Se refiere a aquella literatura cuyo propósito central es reproducir la idea de la unicidad de Japón y de los japoneses a través de imágenes o conceptos como la homogeneidad del pueblo y la de una sociedad basada en el modelo de grupo donde impera la armonía, la lealtad y el consenso como valores primordiales. En el idioma japonés el término *nihonjinron* encuentra sinónimos como *nihonron* (discursos sobre Japón), *nihonshakairon* (sobre la sociedad japonesa) y *nihonbunkaron* (sobre la cultura japonesa), éste último podría ser el más adecuado considerando que la gran mayoría de las discusiones sobre Japón y los japoneses están apoyadas en premisas culturales; no obstante, fuera de Japón, el término más utilizado es el de *nihonjinron*.

Para Befu este género se ocupa de "la identidad japonesa al intentar establecer la unicidad de Japón y diferenciarlo de otras culturas" (2001:2). Si bien el sufijo "*ron"* se traduce en japonés como teoría, criterio o interpretación, lo que podría dar la idea de una investigación académica seria, el *nihonjinron* debe ser entendido más en términos de generalizaciones sobre Japón y los japoneses que como estudios académicos serios.[1] La

[1] Existe una clara diferenciación entre el *nihonjinron* para el consumidor y el *nihonjinron* académico. El primero está diseñado para ser consumido de manera masiva, por lo que debe contener ideas sencillas, sin grandes y complicadas explicaciones, sin referencias bibliográficas, sin notas al pie de página, en textos cortos que faciliten su lectura, su transportación y abareten el costo de edición para poder ser adquirido por la mayoría. Son textos que buscan crear y refrendar imágenes convenientes y de fácil aceptación entre los

particularidad de este género literario es que se apoya en la ambigüedad y en generalizaciones para crear ideas e imágenes sobre Japón y los japoneses. Bajo el concepto *nihonjinron* se incluyen todos los aspectos posibles: territorio, gente, idioma, raza, etnicidad, tradiciones, cultura y carácter nacional, entre otros. Su tendencia más notable es la de enfatizar que la sociedad japonesa es única y por lo tanto no es factible de ser comparada con ninguna otra sociedad del mundo, negando así la posibilidad del análisis comparativo y respaldándose en el excepcionalismo cultural que acentúa la diferencia del "nosotros" y "ellos".

Creo que es aquí donde reside su *leitmotif*; es decir, sólo a través de la comparación con otros, principalmente con países occidentales, Japón puede justificar y crear su unicidad. Parto del marco de análisis del *Orientalismo* planteado por Edward Said (1978) como un proceso conveniente tanto para el que "orientaliza" como para el "orientalizado". Por ello el concepto de ideología y los términos relacionados con él como nacionalismo, identidad nacional, cultura, etnicidad y tradición o "invención de la tradición", los analizo en el marco teórico del "auto-orientalismo" japonés donde diferencias son utilizadas para reafirmar la identidad japonesa en oposición a lo no-japonés.

Otra de las características de este género es la de subrayar la homogeneidad de Japón eliminando las diferencias existentes en la sociedad japonesa y negando así la heterogeneidad y el conflicto. De esta forma, se excluyen las voces de grupos minoritarios como *ainu*, *burakumin* o marginados, mujeres, adultos mayores, inmigrantes, entre otros. La idea de una sociedad sin clases sociales dado que "la mayoría pertenece a la clase media", ha contribuido a la negación de la heterogeneidad y las diferencias generando una visión parcial e ideal de la realidad japonesa.

El género *nihonjinron* identifica a la sociedad japonesa con el modelo de grupo como patrón cultural dominante que justifica valores como la armonía, el consenso, la lealtad, la cooperación y el sacrificio, en una estructura vertical de la sociedad que respeta jerarquías y que antepone el interés del grupo sobre el individual y familiar. Mi interés en

japoneses. En cambio, el *nihonjinron* académico está dirigido a un público especializado, particularmente a otros académicos y a estudiantes, y busca analizar y contribuir a la verdad sobre el *nihonjinron*. Son textos que están llenos de referencias y notas que los hacen complejos y de un gran número de páginas, son caros, aburridos para la mayoría y pesados para ser transportados y leídos en el tren y el metro. (Befu, 2008).

el grupismo como base de la identidad japonesa tiene como fundamento que es el concepto estelar de la ideología empresarial japonesa.

Se le critica a la literatura *nihonjinron* la falta de rigor metodológico al avalar teorías que no son sustentadas por investigaciones serias ni confiables. Mouer y Sugimoto (1986), encuentran en la excepcionalidad japonesa tres razones que provocan su escepticismo: evidencias empíricas contrarias a sus afirmaciones, descuido metodológico y la presencia de factores sociales (especialmente ideológicos), en el modelo de grupo con el que se explica a la sociedad japonesa.

Quisiera comentar que la fuente de mayor reto en esta investigación fue dilucidar quiénes producen y alimentan las ideas del *nihonjinron*. De ahí surgieron las preguntas de investigación, ¿la invención y reproducción del *nihonjinron* forman parte de una estrategia del Estado y de las élites, particularmente de las empresas?, ¿quiénes y cómo participan en esta estrategia de reproducción? Sobre los consumidores del *nihonjinron*, el Instituto de Investigación Nomura señala que entre 1946 y 1978 se publicaron alrededor de 700 libros sobre la unicidad japonesa, cifra menor a la real pues sólo se consideraron obras que tuvieran en su título la palabra "japonés" (Yoshino, 1992:227).

La popularidad de este género se explica en el "vacío simbólico" del Japón de la posguerra que tras la ocupación norteamericana tuvo que prescindir de los símbolos nacionales tradicionales como la bandera, el himno nacional o los monumentos y su ausencia fue ocupada por un sinnúmero de publicaciones sobre temas diversos de "lo japonés". Befu denomina al *nihonjinron* como "un producto de consumo de masas" y Dale como "la expresión comercializada del nacionalismo moderno japonés" (Befu,1986,1992). En el mismo sentido Jon Woronoff afirma,

> Si Japón no hubiera existido, habría sido inventado. Entonces me viene a la mente que Japón ya ha sido inventado. Un Japón mucho más atractivo y plausible ha sido creado por autores tanto nacionales como extranjeros que pensaron que podían escribir lo que quisieran y después etiquetarlo como *Japón*. De esta forma, lenta pero de manera segura, artículo tras artículo y libro tras libro, un Japón mítico ha suplantado al real (1985:5).

El discurso *nihonjinron* basa su premisa en la unicidad de Japón que se refrenda en la comparación con el "otro" que de manera conveniente se reduce a Occidente, concretamente Europa y EE.UU. Digo convenientemente ya que esta pretendida unicidad japonesa se vería cuestionada al comparse con culturas menos ajenas como las de algunos países asiáticos que comparten con Japón diversos rasgos culturales.

En este sentido, debo destacar la diferencia que existe entre el nacionalismo primario u original que refiere a la creación del Estado-nación y el nacionalismo secundario o cultural que busca preservar y fomentar la identidad nacional en una nación ya establecida. La memoria histórica de una nación es la que construye el sentido de unicidad nacional en el nacionalismo primario; mientras que en el nacionalismo secundario se construye a través de la diferencia entre la nación y "los otros". El nacionalismo primario al ser identificado como la memoria histórica de una nación, pone énfasis en la dimensión del tiempo y el nacionalismo secundario, al basarse en la comparación con "el otro", da preeminencia a la dimensión espacial, al territorio como contención de lo nacional. En la historia de Japón se encuentran presentes los dos tipos de nacionalismo cuyo peso varía dependiendo de la circunstancia y del intelectual que formula las ideas nacionalistas en cada época. (Yoshino,1992:2,5,44-45)

El nacionalismo primario es dominado por historiadores y artistas y el nacionalismo secundario por "sociólogos populares" (periodistas, críticos, diplomáticos, escritores, empresarios) que comparan a la sociedad y la cultura japonesa con sociedades y culturas "no japonesas" para resaltar la unicidad de los japoneses (Yoshino,1992:49-50). Si bien el *nihonjinron* utiliza ambos tipos de nacionalismo, es el secundario el que forma parte central de este género que se refuerza a través de aquellas fuentes de nacionalismo primario que le son útiles. Por ello el *nihonjinron* es considerado como ahistoricista lo que para muchos le resta seriedad y validez como teoría conceptual. En mi opinión, su importancia reside en el enorme impacto que tiene en aquellos que lo consumen, sobre todo cuando contribuye a regular el comportamiento social.

1.2. *Nihonjinron*: orientalismo y auto-orientalismo

Parto del marco teórico del *Orientalismo*, definido por Said como "el término genérico que he empleado para describir el acercamiento de occidente al oriente… El oriente fue (y es) abordado sistemáticamente como un tema de aprendizaje, descubrimiento y

práctica" (Said, 1978:3). El orientalismo es un sistema de conocimiento acerca del oriente por el que éste último fue creado a través de un proceso de apropiación en el que la fidelidad a la realidad se convirtió en un valor secundario. El orientalismo se convirtió en un prisma cultural por el que occidente vio lo que necesitaba y quería ver de oriente, creando modelos ideales y nutriendo los mitos alrededor de Asia y Medio Oriente y con ello, del propio occidente y su adquirida superioridad. "El oriente es una parte integral del material europeo de civilización y cultura. El orientalismo expresa y representa esa parte cultural, e incluso, ideológica, en forma de discurso con el apoyo de instituciones, vocabulario, conocimiento, imágenes, doctrinas, e inclusive, burocracias y estilos coloniales" (Said, 1978:2).

El orientalismo fue un método de control y subyugación del oriente a través de una serie de "categorías" generadas por la imaginación y el interés europeo y se convirtió en la proyección de una pantalla cultural que seleccionaba y transmitía conceptos e ideas que ayudaban a reafirmar la apropiación europea del oriente y su sentido de superioridad sobre el mismo. La meta principal del orientalismo fue la contención militar, el control económico y la subyugación cultural del oriente.

> el orientalismo fue una visión política de la realidad cuya estructura promovió las diferencias entre lo familiar (Europa, el Occidente, "nosotros") y lo extraño (el Oriente, el Este, "ellos"). Esta visión en un sentido creó y después sirvió a los dos mundos de esta forma concebidos. Los orientales viven en su mundo, "nosotros" en el nuestro (Said, 1978:43-44).

Fue la "evolución" de la actitud europea hacia oriente que pasó del conocimiento intensivo a la totalmente comercial y mercenaria búsqueda del saqueo material, lo que demostró la eficacia del orientalismo como un mecanismo de apropiación del oriente con propósitos ideológicos. Esta relación ha servido no sólo al orientalizador sino también al "pasivo" oriente que ha encontrado ventajas en esta relación.

> Existe un consentimiento intelectual en las imágenes y las doctrinas sobre el orientalismo, así como un fortalecimiento muy poderoso del mismo en el intercambio económico, político y social: en pocas palabras, el oriente moderno participa en su propia orientalización (Said, 1978:325).

Desde esta perspectiva analizo la experiencia de Japón que ha intentado mantener su identidad no sólo siendo diferenciado por el Otro, sino diferenciándose a sí mismo del Otro. Miller se refiere a la experiencia japonesa como "auto-orientalismo":

> Es más bien como si los japoneses estuvieran determinados a hacerlo por ellos mismos y para su cultura antes de que otros lo hagan por y para ellos. Lo que Said llama el establecimiento del "otro", en el caso de Japón, es tratar con el extraño espectáculo de una cultura vigorosamente determinada a 'orientalizarse' a sí misma (Miller, 1982:209).

La relación entre el discurso orientalista de Occidente sobre Japón y el discurso japonés sobre sí mismo se caracterizan por una profunda complicidad pues ambos tienden a usar al Otro para esencializarse a sí mismo, reprimir todas aquellas voces heterogéneas y construir una condición homogénea, permanente e invariable. El *nihonjinron* como discurso de la japonesidad se vale de la definición ambigua de "nosotros, los japoneses" y en ese quehacer esencializa el concepto de "ellos, los occidentales". El concepto de "los japoneses" abarca indistintamente aspectos como territorio, habitantes, idioma, raza, etnicidad y nacionalidad en un todo definido como un Japón único.

> "El estereotipo del japonés es generado no sólo por extranjeros, sino también por los propios japoneses. Está fuertemente imbuido en las mentes de muchos japoneses, casi como un sistema de creencias. Es también difundido por periodistas, académicos, empresarios y extranjeros que viven en Japón y por su contraparte japonesa que vive en el exterior. Es una imagen que, desde nuestro punto de vista, ha obstaculizado no sólo el conocimiento de Japón por parte de extranjeros, sino también el de los japoneses acerca del mundo exterior. Es, como hemos afirmado, una barrera que impide más que facilitar la comunicación intercultural con los japoneses." (Mouer y Sugimoto:1986).

Mientras el orientalismo disfruta el exotismo misterioso del "otro", el auto-orientalismo explota la mirada orientalista para convertirla en un "otro" más, de tal forma que Japón se convierte en "placenteramente exótico" para los propios japoneses. Befu utiliza el término "auto-orientalismo" como un proceso de auto-denigración por el que el "orientalizado" acepta el "orientalismo" de occidente. Es un proceso "psicológicamente masoquista que significa la aceptación e internalización por parte de los orientalizados de

una denigrante definición racista dada por los orientalizadores" (Befu, 2001:127). Esta condición varía dependiendo de variables geopolíticas y geoeconómicas a través de las cuales el discurso *nihonjinron* va cambiando de una construcción positiva y auto-aduladora a una negativa y auto-denigrante que asume Japón frente al "otro" en distintos periodos de la historia como lo analizo en los siguientes capítulos.

Desde mi punto de vista, el auto-orientalismo de Japón ha sido muy conveniente para la construccion de lo que Said llama una pantalla cultural que proyecta las imágenes de una realidad distorsionada y creada para fines concretos. El auto-orientalismo, a través de la exaltación del "nosotros, los japoneses" en oposición a "ellos, los otros", crea un sentido de unidad e identidad étnica que no reconoce diferencias en su interior. Desde esta perspectiva abordaré al *nihonjinron* como ideología.

1.3. *Nihonjinron* como ideología nacionalista

El desarrollo de las sociedades industriales modernas se caracteriza por la progresiva secularización de las creencias y las prácticas. En la medida en que la religión y la magia perdían poder, iba surgiendo en el mundo industrializado un sistema secularizado de creencias que llenaban este vacío cultural y que movilizaban a la sociedad hacia fines específicos. Me refiero a las ideologías. Befu considera al *nihonjinron* como una religión civil entendida ésta como un sistema de valores que crea una orientación normativa y prescriptiva (acerca de lo que los japoneses deben y no deben ser), y una visión idealizada del mundo en el que los promotores de *nihonjinron* son los líderes espirituales de esta religión civil y predican la "teología secular de la religión civil de Japón". "Después de todo, nacionalismo es religión. Como tal, *nihonjinron* es el principal candidato para ser la religión política de Japón, quizá aún más que el shintoísmo" (Befu, 2001:112).

Me parece pertinente esta analogía del *nihonjinron* como religión civil cuya función es la de un imperativo moral que a través de su sistema de valores crea una orientación normativa. En este sentido, desde los años 70 ningún otro discurso ha tenido tan alto nivel de consenso entre la población ni tanta efectividad en la creación de la identidad nacional. Analizar al *nihonjinron* como un discurso que pretende construir la ideología nacional a través de la exaltación de valores "permanentes" y "exclusivos" de la cultura japonesa, me remite a Hobsbawn y Ranger y su teoría sobre la invención de la tradición como "un conjunto de prácticas, normalmente gobernadas por reglas abiertas y tácitamente

aceptadas, de naturaleza ritual o simbólica que buscan inculcar ciertos valores y normas de conducta a través de la repetición, la cual implica, automáticamente, continuidad con el pasado" (Hobsbawn y Ranger, 1983:1).

Ello me lleva a la discusión que existe entre la corriente del historicismo y la del modernismo con relación a las teorías sobre la nación y el nacionalismo. La primera hace referencia a la perspectiva bajo la cual los fenómenos sociales y culturales son mejor entendidos en el contexto de su proceso histórico; mientras que la segunda considera al nacionalismo como un producto de la modernidad, inseparable del proceso de industrialización y del desarrollo de los medios de comunicación al interior de la sociedad. Para los denominados historicistas como Anthony Smith (1988), Charles Tilly (1992), Gianfranco Poggi (1990) y John Breuilly (1993), las naciones son resultado de un largo y continuo proceso histórico que antecede a la era moderna. La historia y la cultura ofrecen un sentimiento de unicidad comunal que une a las generaciones del pasado con las del presente.

Entre los modernistas, Gellner propone que el surgimiento de las naciones es resultado de la industrialización que requiere de una población homogénea y unida por una fuerza integradora como es el nacionalismo. "El nacionalismo no es el despertar de las naciones a la autoconciencia: es el inventar naciones donde no existan" (1964:164). Hobsbawn y Ranger analizan la modernidad como resultado de la industrialización que dada la rapidez de los cambios que trae consigo, obliga a la invención de las tradiciones con el fin de mantener el orden y la unidad de la nación mediante el establecimiento de un sentimiento de continuidad con el pasado (1983).

La tradición es reconocida en dos sentidos: en oposición a la modernidad y como una transmisión cultural continua a través de prácticas culturales legadas por el pasado y mantenidas hasta el presente. En ambos casos cumple la función ideológica de disolver el tiempo, de ser ahistórica y normativa al reproducir aquellos patrones de cultura que requiere la modernización del país para lograr la unidad y la pertenencia a la nación. Por ello, las tradiciones, más que una suma de prácticas que vienen del pasado y que se han perdurado hasta el presente, son representaciones prescriptivas socialmente deseables. Su característica más valiosa y útil es la flexibilidad y maleabilidad a las condiciones presentes (Hobsbawn y Ranger, 1983).

Para Anderson (1983), teórico del modernismo, una nación es una comunidad política imaginada que surge con la convergencia del capitalismo y con la palabra impresa a través del avance en las tecnologías de impresión. Las "comunidades imaginadas" sustituyen a las "reales" ante el declive de la religión y el ascenso del valor de la palabra impresa. Esta apreciación añade significado al medio de transmisión de la palabra que permite una cobertura más amplia en la difusión de las ideas; en otras palabras, su masificación y su transformación en una mercancía que genera ventas significativas. Horkheimer y Adorno la llaman la "industria cultural" que homogeneiza destruyendo las diferencias incómodas (Horkheimer y Adorno, 1972). En este marco de ideas es que analizo al género literario del *nihonjinron*.

Dale ha analizado al *nihonjinron* como una ideología nacionalista definiendola como un conjunto de obras "de nacionalismo cultural dedicadas a la ostensible unicidad de Japón en cualquiera de sus aspectos y las cuales son hostiles tanto a experiencias individuales como a nociones internas de diversidad sociohistóricas". El *nihonjinron* no se refiere a una "mentalidad nacional sino a una mentalidad ficticia construida por innumerables pensadores y escritores en un espacio considerable de tiempo, a través de cuyos lentes, debido al impacto de una constante discusión y exposición, la gente frecuentemente tiende a interpretar su mundo" (Dale, 1986: Introducción).

En la traducción que hice del libro *Ideorogii to shite no Nihon Bunkaron* (*Nihonjinron* como ideología), Befu afirma que "el llamado *bunkaron –nihonjinron*- no es una descripción fiel y objetiva de la cultura japonesa pues se dan por aceptadas ciertas características particulares de Japón y se enfatizan, mientras que lo inconveniente se ignora, creándose un sistema útil al régimen (1997:24). Desde este punto de vista abordo la creación y el mantenimiento del concepto de grupo con fines particulares, convenientes a la clase en el poder, más específicamente, a los empresarios[2], y ubico al concepto de grupo como ideología empresarial en un contexto sociohistórico concreto.
También analizo a los actores que participan en la creación y reproducción del *nihonjinron*: los intelectuales, los políticos y los empresarios. Destaco que en la creación del nacionalismo no debe olvidarse el proceso de alfabetización y el papel de la educación en la diseminación de las ideas nacionalistas; es decir, la institucionalización de las

[2] "A pesar de que ninguna sociedad es inocente de nociones colectivas sobre sí misma, algunas naciones han hecho más ideología que otras. Desde que Japón inició su propósito deliberado de 'civilización' a mediados del siglo XIX, la ideología ha aparecido como un proyecto consciente, una preocupación cívica perpetua, un asunto, en realidad, de estado" (Gluck, 1985:3).

escuelas como agentes transmisores de la ideología. Yoshino considera a los profesores como actores determinantes en la difusión del *nihonjinron* por su relación con la familia, la escuela, la comunidad y la sociedad en general (1992).

1.4. *Nihonjinron* como ideología empresarial

El objetivo central de esta investigación es el análisis del *nihonjinron* como ideología empresarial durante los periodos Tokugawa (1600-1867), Meiji (1868-1911), de preguerra y guerra (1912-1945), durante la posguerra y los años de crecimiento económico de Japón (1950-1970), en el periodo del *boom* japonés (1970 a 1990) y, finalmente, en los años de recesión económica del Japón que provocan transformaciones significativas en la sociedad japonesa y en el sistema empresarial (1990 a 2010).

Marshall define el concepto de ideología empresarial como "aquellas ideas expresadas por o en nombre de la clase empresarial con la intención manifiesta de crear actitudes favorables al capitalismo privado" (1967:4), aún cuando la filosofía empresarial japonesa se justifique a partir de la base ideológica del bien común o nacional y niegue el beneficio personal o privado como razón de su existencia. Anderson señala que el estado es capaz de movilizar sus recursos con el fin de construir una comunidad imaginaria alrededor de él mismo, así como formas alternativas de nacionalismo o de "nacionalismo oficial" entre la gente para alcanzar objetivos concretos (1983).

El *nihonjinron* como ideología empresarial apoya la idea de una sociedad homogénea en la que la mayoría de la población pertenece a la clase media y omite la existencia de las clases sociales y el conflicto. El peso se da a los aspectos culturales que caracterizan a los japoneses y a Japón considerándolos inmutables y permanentes a lo largo de toda la historia. Esta representación apela, a través de la creada continuidad con un pasado imaginario, a la excepcionalidad de la cultura japonesa para explicar el nuevo estatus de Japón como potencia económica e industrial.

Yoshino califica al *nihonjinron* como "nacionalismo cultural" pues considera a la nación japonesa como un producto único de su historia y su cultura, como la esencia misma de lo japonés y los japoneses y como la fuerza integradora de la nación. Identifica a los grupos más importantes del nacionalismo cultural: *los intelectuales* o *élites pensantes*, que se encargan de formular las ideas de identidad cultural de la nación, y *la inteligencia*

que responde a tales ideas relacionándolas con el entorno social, económico y político. Aclara que es importante no calificar a aquellos que producen *nihonjinron* como "ideólogos" debido a que no existe ninguna confirmación de que ellos estén conscientes de la ideología específica que están propagando. Es por esta razón que es más correcto denominarlas "élites pensantes" (Yoshino, 1992).

Considero que el *nihonjinron* como discurso del nacionalismo cultural cuenta con la conveniente flexibilidad de que sus contenidos pueden ser fácilmente adaptados a las necesidades del momento. "En todas las tradiciones inventadas, tan pronto como sea posible, se usa a la historia como un legitimador de acciones y como el cemento de cohesión del grupo" (Hobswan y Ranger, 1983:12). En el siguiente apartado analizaré el concepto de grupo en la historia japonesa con especial atención en las ideas de los empresarios japoneses para conocer el significado que ha tenido en distintos contextos históricos y su relación con el poder económico; es decir, su creación, reinvención y mantenimiento como ideología en la historia japonesa. Si bien el concepto de grupo como ideología tiene una connotación muy amplia en la sociedad japonesa, en el presente análisis me concentraré sólo en la noción de grupo como ideología empresarial.

1.5. Definición del concepto de grupo en el marco del *nihonjinron*

Hablar del concepto de grupo para el caso de Japón no es sólo referirse a la unión de personas para la búsqueda de un fin. La tendencia generalizada es comparar al grupismo japonés en oposición al individualismo occidental. No obstante, habría que revisar con detalle hasta que punto estos términos ideológicos se contraponen o coinciden en la realidad. El grupismo y el individualismo fueron adquiriendo con el tiempo las características de una norma o moral social que dirigía los actos de las personas en sociedad. De tal forma que aquella relación social que surgió como un deseo voluntario se convierte en una moral que define la actitud a seguir en contextos determinados.

> La idea de que el individuo y el grupo se oponen es una idea de tipo individualista. Bajo el grupismo, la forma 'deseable' del individuo y el grupo no tiene que ver con que el individuo y el grupo se opongan, sino con una relación de tipo integral. El interés del individuo es *ipso facto* el interés que conviene al grupo y viceversa. Bajo esta situación cuando se dice "por la empresa", ante los ojos de personas

> ajenas a esta situación es un autosacrificio, mientras que para las personas en cuestión es visto como un beneficio personal (Hazama, 1980:26).

Esta dicotomía entre el grupo y el individuo nos refiere a los dos tipos de estructura social planteados por Ferdinad Tönnies (1855): *gemeinshaft* -comunidad- y *gesellshaft* -sociedad-. El primero se refiere a la "voluntad natural" donde las relaciones sociales no dependen de ningún propósito exterior; mientras que en *gesellshaft*, el fin de los nexos sociales obedece a la voluntad racional y a objetivos externos al grupo, es una unión artificial de personas que cambia dependiendo de los intereses individuales de cada momento. *Gemeinshaft* precede a *gesellshaft* como una sociedad rural que desaparece con el surgimiento de las clases medias y el sistema capitalista, donde los lazos familiares, religiosos y comunitarios son remplazados por el urbanismo y la racionalidad del interés personal. Si bien ambas pueden coexistir en una sociedad, el cambio histórico se dirige inevitablemente hacia *gesellshaft*. La voluntad natural es sustituida por la voluntad racional y es el grupo el que determina los actos individuales. El poder social se desplaza de grupos familiares, comunitarios y religiosos hacia los que detentan el poder económico. Para Tönnies el proceso de cambio es natural, continuo, gradual, unidireccional e irreversible.

Para Hazama el modelo de sociedad de Tönnies difícilmente podría adecuarse a la realidad japonesa, excepto que considerara la convivencia de ambos tipos de agrupaciones sin la perspectiva de que con el tiempo uno sustituiría al otro. Introduce el concepto *shagyō* que se refiere a una empresa que tiene como objetivos simultáneos el interés económico y la permanencia del grupo, por lo que la racionalidad económica unilateral no puede darse sin amenazar la existencia misma del grupo.

> Al permanecer, la compañía adquiere un "*esprit des corpos*" y ese espíritu es el sostén para sus miembros, no sólo desde el punto de vista económico sino también espiritual. Las empresas, al mismo tiempo que son un grupo que persigue un interés colectivo también es un grupo espiritual que fomenta la conciencia de grupo entre sus miembros con base en el espíritu *shagyō* (el amor a la empresa y la consciencia de fidelidad) (Hazama, 1980:28).

Odaka afirma que, "más que ser el producto de alguna era en particular, la orientación de valor dada al grupo es una característica cultural japonesa". Es una voluntad natural -

gemeinshaft- más que artificial -*gesellshaft*-. La idea de la prioridad del conjunto surgió de manera natural en las comunidades unidas ya que ésta representaba el bien de cada uno de los miembros de la comunidad. De manera también natural surgieron costumbres y principios de conducta tales como: disciplina, jerarquía basada en la edad, control autoritario, administración participativa, responsabilidad compartida, respeto por la armonía y preocupación solidaria por los demás (1986:39).

A partir de este marco conceptual de comunidad unida de la era preindustrial en Japón, se hicieron adecuaciones artificiales pertinentes a cada periodo dependiendo de las necesidades que imponía la economía nacional. Entre más se alejaban los grupos de ser comunidades unidas debido al desarrollo económico, más necesidad existía de crear nexos artificiales con esa figura ideal. Nace así el grup*ismo* o *shudanshugi* como ideología,

> una orientación de valores en la cual un grupo u organización, en este caso generalmente una empresa, se percibe a sí misma como una comunidad unida con un destino compartido y, por lo tanto, pone menor énfasis en la realización del potencial de sus miembros y en la satisfacción de sus aspiraciones individuales que en asegurar el continuo bienestar del conjunto, así como la paz y la felicidad de todo el grupo (Odaka, 1986:29).

Por ello al usar el concepto de grupo en la empresa se tuvo que recurrir a ejemplos cercanos de "comunidad unida" como la familia (*ie*) y la villa (*mura*) de la época Edo, aún cuando se careciera de los lazos que habían dado origen a dichos grupos. Se construyó así la imagen ideal de comunidad unida como pilar ideológico de la empresa como grupo. Para la clase en el poder la conveniencia del concepto de grupo ha sido equipararlo con otros términos como familismo (*kazokushugi*), regionalismo (*chiikishugi*), empresarismo (*kigyooshugi*), sindicalismo (*roodookumiaishugi*) y nacionalismo (*kokkashugi*) (Hazama, 1980:64).

Desde mi perspectiva, la ambigüedad del término le otorga la conveniente y peligrosa flexibilidad de adjudicarle muchos "ismos" o ideologías como sinónimos. En este sentido, el concepto de *familismo* se refiere más que a un pequeño negocio familiar o *kagyō*, a la idea de la empresa como familia. El concepto de familia en el Japón preindustrial se refiere a la familia ampliada o *dōzoku* (del mismo linaje), formada por la familia principal

o *honke* en la que el hijo mayor, o en su ausencia la hija mayor, permanecía con su esposa y sus hijos en la casa de sus padres y el resto de los hijos partían para formar otras familias o *bunke*. Esta familia lineal unida no sólo por lazos de sangre constituye la unidad básica de la organización social en el Japón preindustrial y ha sido adaptada al Japón moderno con todas sus características.

El modelo de grupo, en su origen el de *ie* y *mura*, desarrolla una ideología en la que la imagen preponderante es la unión de personas devotas a los objetivos del grupo, cooperativos, solidarios, leales y dispuestos a sacrificarse por el bien común, incluido el propio. El líder del grupo debe ser alguien que los dirija con consideración, generosidad y sin ningún afán protagónico o egoísta y debe estar dispuesto al autosacrificio por el bien del grupo. Ésta es una imagen ideal de la sociedad japonesa que ha dictado lo que se considera socialmente correcto.

El concepto de *nacionalismo empresarial*, acuñado por empresarios de finales de la época Tokugawa y principios de la era Meiji, promovía como valor principal de toda empresa japonesa el beneficio nacional. Este concepto encuentra su origen en la conciencia de crisis internacional que vivió Japón a finales del periodo Tokugawa a través de los *samurai* que portaban el lema "Honrar al Tenno, expulsar a los bárbaros". Este lema derivó en el de "Enriquecer al país, fortalecer al ejército" en la época Meiji con el objetivo de recuperar el derecho de comerciar y el de la propiedad de los mercados, entonces en manos de comerciantes occidentales. Godai Tomoatsu (1835-1885) y Shibuzawa Eiichi (1840-1931) eran empresarios representativos del nacionalismo empresarial.

Yoneyama Toshinao (1989) introduce el concepto de *shaen shūdan* que define grupos sociales diferentes a los de tipo consanguíneo (*ketsuen*) y territorial (*chien*). El grupo *shaen* más representativo es el que se desarrolla entre compañeros de la misma empresa o con quienes se tienen negocios, además de los que surgen en la escuela o inclusive por el interés de un pasatiempo. Son grupos sociales que comparten un objetivo en común a través del concepto de asociación. Esta unión *shaen* se caracteriza por ser una meritocracia en la que todo individuo es calificado a partir de sus credenciales. El origen familiar o apellido es sustituido por el nombre de la empresa en la que se labora y el prestigio que ésta tenga. Así, en las relaciones familiares de tipo *ie,* el lazo sanguíneo y el seudo-sanguíneo son las que las rigen; las relaciones que se desarrollan en la

comunidad o *mura* se definen a partir de la tierra compartida o territorialidad; y, en las relaciones de tipo *shaen,* son las relaciones sociales las que adquieren mayor importancia.

En mi opinión, las teorías que tratan a las empresas japonesas modernas como la extensión de la familia (*ie*) y la comunidad tradicional (*mura*), tienen un carácter ideológico que las identifica como la causa principal del desarrollo económico de Japón. Por lo tanto, más que un concepto *ie* es una ideología que surgió con la expansión empresarial de posguerra. Si bien la institucion *ie* había sido abolida como entidad legal por el nuevo código civil, la empresa japonesa la utilizó como una metáfora para la incorporación de un creciente número de trabajadores a la idea del *uchi no kaisha* o empresa familiar, un concepto ampliamente utilizado por los trabajadores japoneses. A través de este concepto cultural ideológico se niega el hecho de que las fricciones laborales primero, existan y segundo, se deban a razones económicas o de clase. Así, el concepto *ie* ha sido integrado a la vida moderna y se mantiene aún en la actualidad como un artefacto cultural funcional. En el siguiente capítulo me referiré con más detalle a los distintos significados y usos que ha adoptado y adaptado el concepto de grupo en cada periodo de la historia de Japón.

Capítulo II. Antecedentes. *Nihonjinron* y el concepto de grupo en la ideología empresarial japonesa: del *ie* al *shudanshugi* (1600-1970)

Los cambios del concepto *nihonjinron* en cada periodo de la historia se explican a partir de la posición geoeconómica y geopolítica de Japón frente a las potencias mundiales en distintos momentos. Esta posición define su identidad con miradas positivas o negativas, de superioridad o de inferioridad, dependiendo del contexto histórico (Befu, 2001). En el presente capítulo analizo cuatro periodos de la historia japonesa que definieron y dieron forma al *nihonjinron* y en particular, al concepto de grupo: Tokugawa (1600-1867), Meiji (1868-1912), las épocas de preguerra y guerra (1913-1945), y los años de posguerra (1950-1970), los cuales limito a los años 60 ya que en el capítulo 3 analizo los años 70 y 80 que marcaron el clímax y el fin de la era dorada del SEJ.

Durante el proceso de construcción de la nación japonesa se implementaron un sinnúmero de políticas públicas que experimentaron vaivenes dependiendo de los conflictos al interior del país como en los países más avanzados del mundo. La política laboral fue la que más cambios experimentó ya que se enfrentó a los intereses de los empresarios, de los partidos políticos y de funcionarios del gobierno. Las pugnas entre estos grupos de interés y el movimiento obrero durante los años de construcción del Estado moderno japonés definieron las características del SEJ.

2.1. La ideología empresarial japonesa en la época Tokugawa (1600-1867)

Aunque el origen del *nihonjinron* en la historia japonesa se ubica a principio de los años 70, la construcción ideológica de la nación se inició con el proceso de modernización de Japón. Desde la perspectiva que analiza la posición geopolítica y económica de Japón habría que remitirse al momento en el que se registró la primera comparación significativa de Japón con "el otro". En este caso, China sería el primer país con el que Japón buscó compararse con el fin de resaltar su unicidad a finales de la época Tokugawa en el siglo XVIII y principios del XIX.

Si se partiera de la definición literal del término *nihonjinron* como "discursos sobre lo japonés", habría que remitirse a principios del siglo XVIII cuando inició el *Kokugaku* o

la Escuela de Aprendizaje Nacional[3]. Este movimiento fue una reacción en contra de la atmósfera intelectual que favorecía los estudios chinos en la época Tokugawa, particularmente del neoconfucianismo, sobre la cultura indígena japonesa. La corriente *Kokugaku* se concentró en el estudio de la poesía antigua como *Manyōshu*, una antología poética japonesa del siglo VIII y en *Kojiki,* Crónica Antigua -compilada en el año 712 de la era cristiana-, sobre la historia del origen del estado japonés.

En este periodo, dos exponentes destacados fueron Kamo no Mabuchi (1697-1769), que a través de la poesía *Manyōshu* evocó los sentimientos del antiguo Japón y de *Kojiki* para entender la vida y el lenguaje del Japón antiguo; y Motōri Norinaga (1730-1801), que se pronunció en contra del pensamiento "racional" del confucianismo y propuso un "corazón puro" -*magokoro*- que aprehendiera la realidad en su esencia a través de la emoción y el método llamado *kodō* o *camino antiguo*. Destacaban la superioridad de la cultura japonesa sobre la china enfatizando valores estéticos como *mono no aware* -empatía melancólica con la naturaleza- y *yamato gokoro -ethos* o espíritu japonés-. Si bien las ideas de Kamo no Mabuchi y Motōri fueron profundamente académicas y apolíticas, en "el curso de la investigación académica de los textos antiguos, *kokugaku* comenzó a encarnar una reacción japonesa contra la sinofilia, adquiriendo entonces un tono ideológico" (Yoshino,1992:48). En *Kojiki* se afirmaba que Japón era único porque se encontraba en el lugar donde había nacido *Amaterasu Omikami*, la diosa del Sol, de ahí que el significado de *Nihon* (Japón) sea "donde nace el Sol".

Hirata Atsutane (1776-1843), discípulo de Motōri, retomó el concepto *kodō* o *Shinto* y le otorgó una visión religiosa del mundo con contenido normativo destacando su superioridad frente a otras religiones o filosofías extranjeras. Con Atsutane, el concepto *Shinto* obtuvo la fuerza ideológica que más tarde sería usada para la creación de "la gran unidad nacional" en torno al emperador y su origen divino como base de la ideología nacionalista de la preguerra.

En la construcción de la noción de grupo se tomó a la comunidad aldeana o *mura* que era un conjunto de entre 20 y 50 familias que formaban lo que Yanagita Kunio (1963, 1964) llamó "aldeas naturales" (*gemeinshaft*, haciendo alusión a Tönnies, diferenciándolas claramente de las llamadas "aldeas administrativas" -*gesellshaft*-), en el periodo Meiji

[3] Escuela de estudios filológicos establecida a fines del siglo XVII que intentaba revivir las tradiciones culturales del Japón pre-budista (Tanaka, 1987:196).

cuando el gobierno buscó centralizar su poder a través del control de éstas (Harootunian, 2000). *Mura* es un concepto ampliamente utilizado en la literatura *nihonjinron* ya que, junto con *ie*, es el término que da origen al concepto empresarial de grupo y a ciertos valores inherentes al mismo.

Kamishima Jirō, en *Kindai Nihon no seishin kōzo* (1961) -*La estructura mental del Japón moderno*-, hace una descripción de las reglas de convivencia social de las aldeas naturales o *mura* que se regían por el principio de solidaridad de todos sus miembros para el funcionamiento del sistema de irrigación de los cultivos de arroz. Desde una visión económica, el valor destacado era el trabajo intenso que traía recompensas como la abundancia y el descanso en las fiestas. El trabajo era fuente material para la supervivencia y fuente espiritual para la vida. En la esfera social, el valor más apreciado era la obediencia que recompensaba con la protección de los que más tenían y la armonía social. En el plano política se valoraba el principio de consenso y unanimidad en la toma de decisiones para el bien de la comunidad.

Fueron necesarias dos condiciones básicas para que el grupismo se fortaleciera durante el periodo Edo: la estabilidad lograda por las condiciones de paz duradera y que las villas o *mura* se dedicaran al cultivo del arroz. La primera condición se mantuvo por más de dos siglos y medio en el gobierno Tokugawa gracias al aislamiento de Japón que permitió que las comunidades, comprometidas en torno al cultivo del arroz, fortalecieran sus vínculos comunitarios. La unidad social *mura* se regía por el principio de "familismo" sin ningún tinte de tipo ideológico. Existían dos tipos de familismo al interior de una aldea: uno era el sistema familiar *ie* y el otro era el sistema cuasi-parental en el cual, según Yanagita, existían alrededor de 31 tipos diferentes[4].

El *Shinto* jugaba un papel muy importante como promotor de la integración afectiva a través de festivales y de principios de orden y armonía al interior de estas aldeas. De todas las nociones sobre la familia y la comunidad que eran reproducidas en contextos

[4] En este sistema cuasi-parental un adulto fungía como padre de jóvenes para distintas ocasiones que iban desde cortar el cordón umbilical (*heso-oya*); poner nombre al bebé (*nazuke-oya*), concertar matrimonios (*nakōdo-oya*) o buscarle un empleo (*yori-oya*). Este tipo de relaciones eran, en ocasiones, más fuertes que las familiares. En este tipo de relación la jerarquía se establecía a partir de grupos por edad, de tal manera que existían *kodomo-gumi* (grupos de niños); *wakamono-gumi* (grupos de jóvenes varones); *musume-gumi* (grupos de mujeres jóvenes); *chūrō-gumi* (grupos de varones adultos) y; *toshiyori-gumi* (grupos de varones de la tercera edad), quienes ocupaban la posición jerárquica más alta. Para información detallada sobre el tema ver Tanaka, 1987.

diferentes “ninguna tocó de manera más profunda a los japoneses que la evocación del *furusato*, el viejo pueblo o comunidad. El llamado para la recreación de la vieja comunidad no sólo fue utilizado como un instrumento de política nacional, sino que también fue impulsado por agencias políticas en varias localidades, particularmente en los recientemente suburbios creados” (Scheiner, 1998:67).

Los lazos afectivos que existen actualmente al interior de una empresa son creados y fomentados sobre esta base de solidaridad aldeana que involucra actividades como ir a un bar con los compañeros de trabajo, eventos deportivos con las familias de los empleados, salidas recreativas y reuniones sociales como bodas o funerales que antaño eran organizados por los familiares o representantes de la comunidad y en la actualidad son realizados por los directivos y compañeros de las empresas. De igual forma, el empleo de por vida y los sindicatos al interior de la empresa se han relacionado con el familismo de la época Tokugawa y el salario por antigüedad a la estructura por edad que caracterizaba a las sociedades preindustriales.

Durante la época Tokugawa los negocios y el comercio no eran bien vistos como actividades económicas. Conforme al código confuciano, los *samurai* ocupaban el estrato social más alto y representaban la fuente de la virtud moral de la sociedad; los campesinos y los artesanos se colocaban en segundo y tercer lugar al producir los bienes de la nación; y los comerciantes eran relegados al último por ser simples intermediarios de lo que otros producían y por guiarse por el interés privado. Motōri alertaba sobre el ascenso de los comerciantes y el riesgo de que extendieran su influencia al resto de la sociedad ocasionando que la gente se preocupara más por la obtención de ganancias y el abandono de actividades “nobles” como el campo y la agricultura, afectando las tradiciones y valores inherentes al mismo.

Durante la Restauración Meiji esta percepción negativa de los comerciantes cambió cuando los líderes en el gobierno se percataron de la superioridad occidental, tanto en el plano económico como en el militar, y decidieron privilegiar el desarrollo económico del país como principal objetivo nacional y crear una nueva visión de los negocios y de los empresarios. Por lo tanto, estas nuevas necesidades que no encontraban acomodo en el pensamiento de la época debían enmarcarse en un marco ideológico pertinente y novedoso que permitiera su aceptación y asimilación.

2.2. La ideología empresarial japonesa en la época Meiji (1868-1911)

Con el fin del régimen Tokugawa en 1868 tras la apertura forzada del país ante la llegada de la escuadra norteamericana encabezada por el comodoro Perry en 1853, Japón se percató de la indiscutible superioridad militar y tecnológica occidental. Este hecho trajo como consecuencia la firma de tratados desiguales en los que Japón tuvo que aceptar condiciones desventajosas. A partir de ese momento, "el Occidente", referido principalmente a Alemania, Inglaterra, Francia y EE.UU. remplazó a China como objeto de comparación y emulación.

La visión de los negocios cambió de forma positiva y se convirtió en una actividad económica necesaria y reconocida. El Japón de la época Tokugawa era predominantemente agrario, alrededor del 80% de la población económicamente activa pertenecía a este sector, mientras que sólo el 5% al sector manufacturero. Entre 1880 y 1900 este panorama cambió y en una década se creó el 84% de las 8612 empresas que existían en 1902. Este acelerado desarrollo se vio impulsado por la guerra con China en los años 1894-95. (Garon, 1992)

En esta nueva etapa del desarrollo industrial y de adopción de modelos occidentales, los intelectuales más connotados fueron Fukuzawa Yukichi, Nishi Amane y Mori Arinori cuyos puntos de vista fueron apoyados por un grupo de intelectuales reunidos en una organización llamada *Meirokusha* o "Sociedad 1873"[5]. En esta nueva corriente de *nihonjinron* la tendencia no fue exaltar la superioridad japonesa, muy por el contrario, lo que se registró fue un sentimiento de inferioridad y una actitud peyorativa hacia lo japonés y la demanda urgente de un cambio hacia lo occidental, un proceso de autodenigración o "auto-orientalismo".

> El fervor con el que los japoneses absorbieron la civilización occidental fue fenomenal. Fue más allá de armas y barcos. La vestimenta occidental fue declarada el atuendo oficial para los empleados del gobierno. Los objetos de origen occidental fuera comida, casa o vestido, disfrutaba de gran prestigio. Este

[5]*Meirokusha* o Asociación Meiji Seis (1873) fue una asociación civil que reunió burócratas e intelectuales activos a principio de la década de 1870 que contaban con una gran reputación como introductores y propagadores de ideas occidentales en Japón y eran ampliamente reconocidos como la más importante manifestación del *Bunmei kaika* o Movimiento de la Civilización y la Ilustración cuyo objetivo central era mejorar la educación japonesa (Huish, 1972:208-229)

> apasionamiento con la civilización occidental se introdujo en el "periodo *Rokumeikan*", el cual debe su nombre a una construcción estilo occidental ubicada en el centro de Tokio donde miembros de la alta sociedad competían en mostrar qué tan occidentales eran, jactándose de su vestimenta occidental y sus habilidades en cuanto a modales y baile de salón estilo occidental (Befu, 2001:126-128).

En esos momentos "lo japonés" se identificaba con una imagen feudal, de atraso. Intelectuales como Nishi y Mori propusieron desde el uso del alfabeto en inglés para escribir japonés hasta la sustitución del idioma japonés por el inglés, propuesta que ha vuelto a mencionarse en años recientes en Japón ante el fenómeno de la globalización y que detallaré en el último capítulo.

En esta corriente de pensamiento se contrataron los servicios de científicos, ingenieros y académicos de occidente para que ayudaran en la modernización de Japón con salarios muy bien remunerados. Se acuñó el lema *wakon yoosai*, "espíritu japonés, pensamiento occidental" que sustituyó a *wakon kansai*, "espíritu japonés, pensamiento chino". Quiero subrayar que en este proceso de cambio no participaba la sociedad; por el contrario, dado que los cambios de esta transformación social se realizaron desde arriba, la gente no estaba consciente de algún conflicto de identidad nacional respecto a esta ola de influencia externa.

Existían también opositores a esta corriente de devoción por lo occidental en Japón por lo que a mediados de la época Meiji surgieron grupos que reclamaban un retorno a lo japonés y el fortalecimiento del orgullo nacional. Para entonces el gobierno Meiji ya se había percatado de la eficacia de la manipulación afectiva de la población como un medio para unificar a la nación y fomentar el nacionalismo entre la gente. Estos objetivos fueron alcanzados plenamente al adoptarse el concepto de familia como sinónimo del Estado-nación. El Edicto del *Tennō* sobre Educación promulgado el 30 de octubre de 1890, asentaba que el Emperador era divino debido al linaje imperial ininterrumpido desde tiempos inmemoriales. Este hecho inapelable le otorgaba el derecho de ser el padre de la Gran Familia Japonesa y rescataba la continuidad de la historia como un factor que fortalecía la unidad nacional y la excepcionalidad de Japón, recuperando el modelo de sistema familiar y de la villa o *mura* de la época Tokugawa e institucionalizándolo en las leyes del régimen Meiji.

Cabe destacar que a finales del siglo XIX y principios del siglo XX, más del 65% de la población japonesa vivía en zonas rurales; después de la Segunda Guerra Mundial, menos de la mitad de la población habitaba áreas rurales y veinte años después, en 1970 sólo el 18% era considerada población rural (Odaka,1986:42). El rápido desarrollo económico de Japón mantuvo por muy corto tiempo el sentido natural de pertenencia al *mura* y desde Meiji hasta la posguerra, la invención del grupo con las características del *mura* fue gradual y artificialmente creado.

> El rápido desarrollo de la industria que siguió a la Restauración Meiji requirió una inmediata movilización de mano de obra aportada por las áreas rurales. Considerando que ningún grupo puede operar sin compartir normas y patrones de interacción y que no existía el tiempo suficiente para desarrollar nuevos modelos, los aldeanos adaptaron sus patrones de conducta agrarios y comunales a las ciudades. De esta forma, la sociedad moderna japonesa perdió la oportunidad de producir sus propios principios de integración social y tuvo que recurrir a 'una regresión a *Gemeinschaft*' como una forma para asegurar el orden (Yoshino, 1992:99).

Estas nuevas aldeas llamadas por Kamishima "aldeas secundarias" o "cuasi-aldeas", si bien fueron desapareciendo ante las medidas de centralización del gobierno Meiji, mantuvieron los patrones tradicionales de las aldeas naturales y fueron adaptadas a la sociedad moderna japonesa y a la empresa con fines ideológicos y con propósitos específicos. La idea de que la comunidad aldeana con todas sus reglas fue transmitida de generación en generación a la sociedad moderna y a la empresa japonesa, es una de las afirmaciones más frecuentes y poderosas del *nihonjinron*. Los conceptos de grupismo y familismo eran utilizados con el fin de explicar características de la empresa como el empleo de por vida y el salario por antigüedad. El concepto de familia que se adoptó en Meiji utilizaba la institución *samurai* y a la institución *ie* como base de su ideología; en este sentido, el jefe de familia tenía un gran poder ya que representaba la continuidad del apellido, los ritos de adoración de los antecesores, el negocio familiar, así como el control de los ingresos en general (Hamada, 2005).

En la década de 1880-1890 se comenzaron a publicar periódicos nacionales y revistas como *Kokumin no tomo* (1887), *Nihonjin* (1888) y *Chūō Kōron* (1899) que contribuyeron a masificar los valores culturales necesarios. La imagen del *samurai* era la del guerrero

heróico imbuido en la tradición de *Bushidō* -el camino del guerrero-, que adopta los valores de lealtad, obediencia y autosacrificio más tarde adaptados a la empresa japonesa (Nitobe, 1905). "Fue construida una imagen específica de *samurai*, utilizada y manipulada en documentos oficiales, medios de comunicación contemporáneos y en materiales nacionalistas escritos independientemente, presentada a la sociedad japonesa a través de discursos ideológicos en diferentes niveles" (Narroway, 2008:64).

De esta noción de familia -*ie*- como grupo básico de la organización social, se pasó a la analogía de la nación como una gran familia. Inoue Tetsujirō, estudioso confuciano, fue el encargado de dar sustento intelectual al Edicto Imperial sobre Educación. Participaron también en su redacción Motoda Eiju, tutor confuciano del *Tennō* Mutsuhito e Inoue Kowashi, Ministro de Educación en 1893. En este documento se hacía una analogía entre la familia y el Estado -*kazoku kokka*- y se exaltaban principios como la lealtad al emperador -*kō*- y la piedad filial -*chū*- hacia los progenitores. El medio de difusión fue la educación donde el concepto "familismo" formó parte del programa de educación moral en las escuelas. También se adoptaron principios de las Analectas de Confucio que si bien eran valores ajenos a Japón al tener origen chino, no fueron vistos como una intromisión al nacionalismo japonés debido a que en esos momentos "el Otro" estaba referido a los países occidentales. Kawashima Takeyoshi (1957:44) sostenía que esta ideología del Estado como familia se basó en la combinación de dos tipos de familismo: 1) el de la ética confuciana de los *samurai* de la época Tokugawa y, 2) la institución familiar autóctona -*ie*- que regía a los pobladores comunes.

En este periodo de creciente nacionalismo, el *Shintō* fue adoptado por el estado japonés como la religión oficial de Japón representada por el *Tennō* y la institución imperial. Es importante aclarar que existe una gran diferencia entre el *Shintō* como folclore popular que consiste en la adoración animística nativa de los ancestros y el *Shintō* como ideología del Estado basada en la adoración al *Tennō* como padre de "la gran familia japonesa". Para fomentar el patriotismo, el amor a lo japonés y en un intento de rescatar la continuidad con el pasado, se enarbolaron valores como la ética guerrera del periodo feudal identificados con los militares y el pueblo japonés. Ōmachi Keigetsu fue promotor del rescate de la tradición y de los valores únicos japoneses. También participaron intelectuales como Shiga Shigekata y Miyake Setsurei de la revista de ultraderecha *Nihonjin*, donde escribían acerca de las virtudes japonesas.

En cuanto a la ideología empresarial, en 1869 se fundó por iniciativa del gobierno *Bōeki Shōsha* o Compañía Comercializadora que buscaba restaurar los derechos comerciales y recobrar los mercados que con la firma de los tratados desiguales habían pasado a manos de comerciantes extranjeros. Con este propósito, el gobierno Meiji solicitó la solidaridad de los comerciantes para lograr la independencia económica de la nación japonesa. Por primera vez la actividad empresarial fue relacionada con el interés nacional y con el discurso nacionalista de la época. En este contexto, Shibusawa Eiichi (1840-1931) se declaraba en contra del individualismo económico[6] y propugnaba por el regreso al principio de devoción que los *samurai* tenían con sus señores y que debía regir la actitud de los empresarios ante el *Tennō,* anteponiendo siempre los intereses nacionales a los propios.

Cabe destacar la gran influencia de Fukuzawa Yukichi (1834-1901), uno de los más importantes educadores y líderes de la opinión pública de la época en la construcción de la ideología empresarial del periodo Meiji. Fukuzawa, en contraposición a Shibusawa, apoyaba la filosofía del individualismo económico y la importancia de la iniciativa individual y del bienestar privado como base para el bienestar nacional. Era un convencido defensor de los derechos del pueblo ante el abuso de autoridad por parte del Estado, de la educación como único medio de ascenso social y de la "des-asianización" de Japón o alineación con los países occidentales. Su visión del liberalismo económico que propugnaba por la no intervención del gobierno en las actividades empresariales fue apoyada por muchos empresarios que encontraron en las ideas de Fukuzawa una forma de justificar su beneficio personal, particularmente en el tema de las leyes laborales.

A diferencia de la filosofía del individualismo económico de las sociedades de Europa y EE.UU. que justificó el ejercicio del poder de la clase empresarial, la aceptación del nacionalismo empresarial como base ideológica de los empresarios se ubicó en la conciencia de crisis internacional que vivió Japón a finales de la época Tokugawa. Bajo el lema "Honrar al *Tennō*, expulsar a los bárbaros" que abanderaban los *samurai* patriotas y que derivó en la época Meiji en "Enriquecer al país, fortalecer al ejército" para recuperar los mercados del país que se hallaba en manos extranjeras. El origen de este lema se encuentra en los escritos de Satō Nobuhiro (1769-1850) que introdujo el concepto

[6] El individualismo económico era la filosofía que imperaba en Europa y EE.UU. durante la revolución industrial y representaba la base para un nuevo consenso social que privilegiaba la importancia del progreso material, las virtudes del trabajo, la autoayuda y la competencia como nuevo sistema de valores.

kaihatsu (desarrollo) donde la tarea más importante de los seres humanos era hacer uso de los recursos que proporcionaba una naturaleza benevolente y mejorarlos.

Con el objetivo del *kaihatsu*, se promovió el desarrollo industrial y militar de Japón en la Constitución de 1889 que garantizaba el poder a la burocracia y a los militares, establecía la obligatoriedad de la educación y del servicio militar y promovía el desarrollo industrial a través de la importación de tecnología y del conocimiento científico de occidente. Con esa meta en mente, la política Meiji se concentró en construir la infraestructura necesaria que facilitara el desarrollo industrial de Japón. Se estableció el Banco de Japón y una moneda estandarizada para transacciones con el exterior y al interior, y la construcción de una extensa red de transporte ferroviario y marítimo para la distribución eficiente de mercancías.

Este desarrollo mostró muy pronto sus beneficios en las industrias minera y textil que registraron un crecimiento acelerado que exigió un incremento significativo de la mano de obra. Esta necesidad obligó a construir el concepto de *nacionalismo empresarial* que enarbolaba como objetivo principal de las actividades empresariales el ponerse al servicio de la nación, negando el interés propio. Detrás de este concepto se encontraba el interés de los empresarios por mantener una imagen positiva ante la gente y tener injerencia en la esfera política de la nación. En este contexto, los nuevos empresarios se rodearon de un halo de moral respaldado en el *Bushidō* y la ética confuciana con el ábaco como sustituto de la espada donde la imagen ideal de la sociedad tradicional japonesa, *el samurai*, fue recreado en la ideología empresarial de la época Meiji.

El interés de los empresarios por ingresar a la política nacional respondía al momento histórico que se vivía: había una gran movilidad de trabajadores sin contratos legales que los protegieran y mantuvieran en un empleo específico, por lo que se regían por la mejor oferta. Ante esta situación, en 1880, el Ministro de Finanzas solicitó apoyo a los miembros del Consejo de la Cámara de Comercio de Tokio, que vieron como solución fortalecer el cumplimiento de los contratos, evitando en lo posible la intervención gubernamental. En las empresas se propuso que más que fortalecer los contratos legales, se revivieran las "bellas costumbres japonesas" en las que el patrón debía tratar amablemente a los empleados y éstos a cambio mostrar gratitud (*ongi*) a sus superiores (Marshall, 1967:55).

Aunque los empresarios se resistían a la intervención del gobierno, en 1884 el gobierno se propuso crear leyes parecidas a las que existían en países occidentales industrializados. Los empresarios se negaron aduciendo que el nivel de desarrollo de Japón comparado con las naciones de Occidente era mucho menor por lo que basarse en sus leyes no era adecuado. En 1891, el Ministerio de Agricultura y Comercio hizo otro intento por legislar para proteger los intereses de los trabajadores, principalmente de las mujeres y los niños y una vez más, se encontró con la oposición de los empresarios. A finales del siglo XIX, los empresarios con la idea de las "relaciones laborales únicas de Japón" basadas más que en contratos legales en sentimientos como el afecto, la armonía y la lealtad, rechazaron una vez más legislar sobre cuestiones laborales.

Surgieron también fuertes críticas de los conservadores que alertaban sobre los riesgos que enfrentaría Japón de continuar con la tendencia de excesiva "occidentalización". Esta creciente preocupación se vio reflejada en la Constitución de 1889, en el Edicto Imperial de Educación de 1890 y en la revisión del Código Civil de 1898. Paralelamente, la emergencia de un incipiente movimiento socialista a inicios de la década de 1900 aumentó la fuerza de reacción conservadora que buscó enarbolar aquellas tradiciones que eran "exclusivamente japonesas" y opuestas a Occidente como el de la familia y su "natural" extensión a la empresa y a la nación.

Una de las condiciones que favoreció la noción de familismo o *kazokushugi* fue que la mayoría de los trabajadores de la nueva fuerza laboral provenía del sector rural. La mayoría había crecido en villas agrícolas donde los valores que regían las relaciones sociales eran la lealtad y la solidaridad del grupo, el respeto y la obediencia a los superiores. La segunda condición fue el alto porcentaje de mujeres empleadas en las fábricas, principalmente en la industria textil: entre 1900 y 1904 era 62% y entre 1910 y 1914 era 71%, lo que facilitaba la incorporación de políticas laborales "paternalistas" (Garon, 1992; Hunter, 2005). Para 1909 sólo 58 fábricas empleaban a más de mil empleados, mientras que existían 1062 plantas que continuaban funcionando con menos de cien trabajadores (Marshall, 1967:64-65).

Según el primer estudio gubernamental sobre la condición de los trabajadores industriales, *Shokkō Jijō*, "De los 11,721 operarios que trabajaban o habían sido contratados durante 1900, 7,701 abandonaron la empresa ese mismo año. Ello significa una tasa de renovación del personal del 60%". Este primer reporte gubernamental

evidenció las malas condiciones de los trabajadores, particularmente de las mujeres empleadas en la industria textil y del trabajo infantil, así como el estado de insalubridad en el que se desempeñaban (Nōshōmushō, 1903, citado en Garon, 1992:36).

La alta movilidad de los trabajadores explica el por qué los empresarios encontraron adecuado y favorable para sus intereses fomentar prácticas paternalistas y familiares al interior de las empresas. Empresarios como Asabuki Eiji y Mutō Sanji de Mitsui, realizaban personalmente rondas de inspección para comprobar la calidad de la comida servida en los comedores de las empresas, así como las condiciones de los dormitorios para evitar que los trabajadores, particularmente las mujeres, huyeran. Crearon fondos de ayuda y pensiones para los empleados para garantizar su lealtad y su solidaridad con la empresa. Compañías como *Mitsubishi Company* construyeron en 1899 escuelas para sus empleados; mientras que en *Iwasaki Shipyards* y *Shibaura Electric Works* empleaban trabajadores jóvenes e impulsaban su educación en escuelas públicas.

En 1911, a pesar de la férrea oposición empresarial, se expidió la Primera Ley Industrial que protegía a los trabajadores imponiendo normas mínimas de salud y de seguridad en las fábricas. Se establecía como edad mínima de empleo los 12 años, una jornada laboral máxima de 12 horas y se prohibía el trabajo nocturno. Sin embargo, esta ley se aplazó 15 años debido a la presión ejercida por las grandes empresas al gobierno. La posición del gobierno, otrora defensora de la Ley Industrial, reviraba afirmando que esta ley era completamente incompatible con la política paternalista de las empresas japonesas y con "las bellas tradiciones" del país.

Los incentivos ofrecidos a los trabajadores se enfocaban más en dar seguridad de empleo de por vida y el reconocimiento del trabajo para el bien de la empresa y de la nación que en beneficios económicos o en ascensos personales. Empresarios como Suzuki Tōsaburō de la industria azucarera y Hirao Hachisaburō de la Alta Escuela de Comercio de Kobe, promovían las enseñanzas de Ninomiya Sontoku (1787-1865), un moralista de la época Tokugawa que predicaba la diligencia y la frugalidad como muestras de gratitud por los beneficios recibidos de la sociedad y de los ancestros. El bienestar personal era considerado una muestra de egoísmo y avaricia.

Así, la situación de los trabajadores y su éxito en las empresas dependía más de cualidades morales, de factores culturales y del azar que de habilidades y esfuerzos personales.

Shibusawa enfatizaba que las competencias técnicas eran irrelevantes sin la parte espiritual (*seishin no shūyō*) y sin la existencia de las siete cualidades personales necesarias en todo empleado: honestidad, diligencia y frugalidad, integridad, vigor, gentileza y amabilidad, respeto a las reglas y perseverancia. Valores como la armonía y la cooperación eran exaltados como fines en sí mismos y la prosperidad de la empresa como factor necesario para competir con los países occidentales.

Conforme la presión externa por establecer leyes que regularan las condiciones laborales en Japón se fue intensificando, los empresarios fueron también cada vez más activos y enfáticos en defender "las bellas costumbres" únicas de la sociedad japonesa. Esta batalla se prolongó alrededor de tres décadas, una guerra en la que los empresarios rescataban de manera recurrente la imagen del *samurai* como representante de los intereses económicos del Japón moderno y la imagen de Japón como una gran familia bajo la protección del Tenno. A finales de la época Meiji, Japón había logrado grandes avances en su desarrollo económico, político, social y militar y estaba listo para enfrentar a las potencias occidentales en su objetivo de expansión imperialista. Con sus victorias en la guerra Sino-japonesa en 1894-1895 y en la guerra contra Rusia en 1904-1905, el orgullo y el nacionalismo japonés alcanzaron niveles nunca antes vistos. En este contexto, la visión que los japoneses tenían de sí mismos adquirió rasgos positivos que nada tenían que ver con la percepción negativa de principios de la época Meiji.

2.3. La ideología empresarial japonesa en los años de preguerra y de guerra (1912-1945)

Al fin de la era Meiji con el desarrollo de las instituciones parlamentarias y el incremento en la influencia de los partidos políticos, el poder de los empresarios también se vio fortalecido. Además, con la victoria de los Aliados sobre Alemania se desarrolló un nuevo clima intelectual en Japón que destacaba principios como la democracia, el liberalismo y el individualismo. Una nueva generación de empresarios se hacía cargo de los grandes conglomerados económicos como Mitsui y Mitsubishi. El ambiente que se respiraba a inicios de la era Taishō anunciaba una época de grandes transformaciones en Japón. Durante esta era, “no se ofreció, promovió o fortaleció una sólida continuidad del *nihonjinron*. El liberalismo del periodo Taishō ya no estaba obsesionado con la absorción absoluta e incondicional de la cultura occidental; ésta era más reflexiva y selectiva, valorando y evaluando cuestiones occidentales, antes de importarlas” (Befu, 2001:132).

La ideología empresarial japonesa no mostró cambios sustantivos. Por el contrario,

> la mayoría de los empresarios japoneses portavoces [de esta ideología], permanecieron indiferentes a los temas del liberalismo económico, base del credo capitalista en Occidente. El individualismo económico, con su énfasis en la libre competencia continúo ocupando un lugar menor en su filosofía. La realización individual, la ambición personal y los incentivos materiales continuaban recibiendo menciones negativas en las discusiones de las actividades empresariales, mientras que la devoción patriótica al desarrollo nacional permanecía como el único motivo legítimo de gran importancia para los empresarios japoneses (Marshall, 1967:77-78).

En mi opinión, la relevancia del análisis de este periodo se centra en la consolidación de la noción del familismo impulsado por los empresarios como respuesta al intenso movimiento laboral. Ellos entendían que depender sólo de la política de represión del gobierno era insuficiente y reconocieron la importancia y conveniencia de tratar de manera "paternal" a los empleados de sus empresas. No se trataba como antes de un paternalismo personal sino de un paternalismo que se había instituido al interior de la administración empresarial y que requería de la ayuda "familiar" en la esfera laboral.

Desde 1910, tras la supuesta conspiración del líder anarquista Kōtoku Shūsui de asesinar al Emperador, el gobierno aprovechó la ola de indignación popular contra el radicalismo y suprimió las actividades de la izquierda obligando a la mayoría de las organizaciones sindicales a la clandestinidad o al exilio. Sólo una organización laboral sobrevivió: *Yūaikai* o Sociedad Amistosa cuyo financiamiento principal provenía de la comunidad empresarial. Se formó en 1912 con el liderazgo de Suzuki Bunji, un graduado de la Universidad Imperial de Tokio que coincidía con los empresarios en cuanto a que los problemas laborales de Japón diferían completamente de los países occidentales.[7] Para abril de 1917, la *Yūaikai* contaba con más de veinte mil afiliados.

[7] Suzuki reforzaba la filosofía paternalista del empresariado japonés sosteniendo que "Los capitalistas trabajan y crean las facilidades para promover la felicidad y el bienestar de los trabajadores. No sólo para la educación, salud y recreación de los trabajadores, también para la muerte, la enfermedad y la vejez. Provee casa y el hábito del ahorro. Al hacer esto, es como un padre amable y amoroso con sus hijos: entre ellos no hay discordia, no hay problemas de obligaciones [*gimu*], sino un espíritu de mutua confianza. Sobre esta base, las fábricas se convierten exactamente como una familia" (Marshall, 1967:79).

Sin embargo, tras el fin de la Primera Guerra Mundial (1914-1918) se registró una contracción económica y un aumento de la inflación que dejó sin trabajo a un gran número de empleados. Esta situación coincidió con el inicio de la Revolución Rusa (1917) y la expansión de las ideas de izquierda que fomentó la organización del movimiento laboral en Japón en busca de reformas sociales y laborales resumidas en tres demandas: sufragio universal, reconocimiento legal de los sindicatos obreros y derecho a la huelga. En este contexto, el número de disputas laborales se elevó de 64 en 1915 a 417 en 1918. (*Kyōchōkai*:323, en Marshall, 1967:134). Durante esos años sucedieron una serie de eventos que pusieron en duda la tradición de "las bellas costumbres" en Japón: las huelgas del arroz de 1918, la huelga nacional de 1919, el surgimiento del anarquismo a principio de los años 20 y la fundación del Partido Comunista de Japón en 1922. La dimensión de esta agitación laboral y social excedía los límites de acción de los empresarios y requería de una política de Estado que dividió a los grupos gobernantes y a los incipientes partidos políticos.

Los dos principales partidos políticos, el Seiyūkai y el Kenseikai (más tarde Minseitō), adoptaron posiciones contrapuestas a la política laboral: el primero se opuso al reconocimiento jurídico de los sindicatos obreros y el segundo presentó una serie de políticas laborales de orientación liberal que reconocían el derecho a voto de los trabajadores varones adultos, rechazaban los reglamentos que impedían las huelgas y defendían el derecho de los trabajadores a organizarse en sindicatos que protegieran sus intereses. Los empresarios se mantuvieron como un grupo sólido que rechazaba tajantemente las exigencias de los sindicatos y de los trabajadores.

Con la Primera Guerra Mundial, las industrias japonesas se beneficiaron registrando una gran expansión que duplicó el número de trabajadores en empresas privadas (de 950,000 en 1914 a 1,612,000 en 1919). Esta situación generó un aumento de la demanda de trabajadores y la exigencia de mejores salarios por parte de los empleados. Durante 1918 y 1923 se suscitaron numerosas huelgas que exigían mejores condiciones laborales y el aumento de sindicatos que pasaron de 108 a 432. A este hecho se unió otro malestar social: los llamados motines del arroz de 1918 provocados por el incremento del precio de este producto básico debido a la demanda urbana y la especulación. Se calcula que en estas protestas participaron entre uno y dos millones de personas (Garon, 1992:74-77).

En este contexto de descontento social, la posición de Shibusawa adquirió gran relevancia al respaldar una propuesta distinta a la del empresariado, subrayando necesidad de que Japón desarrollara un nuevo enfoque en sus relaciones industriales dado que el familismo o el principio de *onjō shugi* ya no eran adecuados para el país. Esta propuesta surgió de Tokonami Takejirō, entonces Ministro del Interior y principal promotor de la revisión de la política laboral del gobierno. Shibusawa apoyaba su propuesta y opinaba que ante el crecimiento de las empresas y el desarrollo mecanicista de la producción, el número de empleados se había incrementado de manera tal que era imposible continuar con las relaciones cercanas que tiempo atrás caracterizaban al maestro y sus aprendices, prevaleciendo relaciones entre individuos que buscaban su beneficio personal.

Shibusawa proponía la creación de una agencia central financiada por el gobierno y los empresarios que asegurara la estabilidad de las relaciones industriales en Japón. En diciembre de 1919 se creó la agencia *Kyōchōkai* (Sociedad de Armonización), regida por el principio de *kyōchōshugi* o armonía y conciliación entre los empresarios y los trabajadores cuyos derechos eran iguales, como sustituto del principio de *onjōshugi*. La base de *kyōchōshugi* era el respeto a la personalidad del individuo (*jinkaku*) y su aportación más importante fue el reconocimiento legal a los sindicatos de trabajadores, prohibidos en la Ley de Preservación de la Paz de 1900. Se proponía una organización vertical (*jūdanteki kumiai*) al interior de las empresas, en contraposición a la propuesta de sindicatos horizontales. Shibusawa elogiaba este principio de verticalidad del trabajo como "la reliquia de la era de las industrias familiares" y daba la bienvenida a “la noción japonesa” del sindicalismo empresarial.

En 1919, *Yūaikai*, que era una auténtica federación sindical con 30 mil miembros, cambió su nombre a Gran Federación Japonesa de Trabajadores y Mutualidades (*Dai Nihon Rōdō Sōdōmei-Yūaikai)*, y en 1921 a Federación General de Trabajadores de Japón (*Sōdōmei*). En ese contexto, Japón participó como la única nación no occidental admitida entre los vencedores en la Conferencia de la Paz en París en la que con la firma del Tratado de Versalles en junio de 1919, se comprometió a garantizar el derecho a organizar sindicatos. Sin embargo, para 1931 aún no existía una ley aprobada debido a las fuertes presiones de la clase empresarial que seguía abogando "por el rescate de las tradiciones japonesas". Como respuesta de los empresarios a la ola de huelgas de trabajadores, se fundó en marzo de 1917 el Club Industrial de Japón (*Nihon Kōgyō Kurabu*) que incluía a destacadas figuras empresariales bajo el liderazgo de Dan Takuma de Mitsui que tenía como

consigna impedir la promulgación de la legislación laboral. Esta institución empresarial disentía de Shibusawa y de la propuesta del Ministerio del Interior al rechazar la adopción de instituciones, leyes o ideas occidentales y defender el valor inmutable de las tradiciones japonesas.

Considero que estos años son de gran importancia para el desarrollo del SEJ ya que fue la importación de modelos extranjeros la que definió las características del sistema laboral en Japón. Si bien el interés inicial fueron las políticas laborales de Gran Bretaña, la huelga general de 1926 en esta nación motivó que los empresarios japoneses se avocaran a estudiar el sistema laboral de los EE.UU. No obstante, a finales de la década de 1920 los sindicatos de trabajadores no se habían establecido formal ni legalmente. Si bien esto se explicaba por la resistencia de los empresarios, también influyeron las condiciones de la fuerza laboral japonesa de esos años cuya composición no había mostrado grandes cambios y distaba mucho de considerarse una unidad sólida. El movimiento sindical estaba fragmentado en bloques de derecha, centro e izquierda. Para 1928, más del 42% de los trabajadores se ubicaban en fábricas que empleaban a menos de 100 personas y más del 50% seguían siendo mujeres y reacias a involucrarse en luchas laborales (Marshall, 1967:90).

Además, los empresarios seguían innovando con éxito sus propuestas a los trabajadores. El empleo de por vida, antes exclusivos para los funcionarios de gobierno, se extendía a los obreros, así como el salario por antigüedad (*nenkō joretsu*) y una serie de beneficios sociales para los empleados y sus familias. Se instituyeron consejos de fábrica, sindicatos de empresa y otras organizaciones verticales que fueron derrotando a los sindicatos de tipo horizontal propuestos por las organizaciones obreras. En los consejos de fábrica se reunían los empresarios y los trabajadores para tratar problemas y encontrar soluciones de mutuo interés.

Quiero destacar que no fue fortuito que precisamente en estos años se establecieran los así llamados “tesoros sagrados” del SEJ: el empleo de por vida, el salario por antigüedad y el sindicato al interior de las empresas, aún cuando éstos sólo existían en las grandes empresas o *Zaibatsu* que podían sostenerlos y no en las medianas y pequeñas empresas que eran en número la mayoría. La generalización de estos tesoros a todas las empresas ha sido uno de los mitos más exitosamente reproducidos en el mundo por el *nihonjinron*.

En estos años se comenzó a construir también la narrativa de la importancia de la colectividad.

Aprovechando el principio de *kyōchōshugi,* cuya base era el respeto al individuo, los empresarios del Club Industrial trasladaron los valores de la armonía y la conciliación a la relación que "debía existir entre el individualismo y el colectivismo". A partir de esta idea, el concepto *kyōson kyōei* (coexistencia y coprosperidad) fue elevado a ideal supremo de la nación japonesa. Mitsui fue de las primeras empresas en adoptar este principio que promovía "la existencia mutua" al interior de la empresa bajo la premisa que nadie podía vivir solo y que lo que era bueno para uno era bueno para los demás. La cualidad más apreciada entre los empresarios y los trabajadores era la cooperación más que la creatividad y la importancia del grupo más que la del individuo, siendo ésta la génesis del concepto de *shudanshugi* que se desarrollaría años más tarde.

Si bien la noción de la administración "de tipo familiar" registró su mayor desarrollo en los primeros años de la década de los 20, no fue sino hasta mediados de la década de los 30 y durante la guerra que esta idea de la empresa como familia tuvo auge en el contexto de una gran campaña de fortalecimiento del nacionalismo. El espíritu *Wa* 和 (armonía) fue nuevamente exaltado como una tradición recreada para ser utilizada en tiempos de crisis a favor de la unificación nacional (Itō Kimio, 1998). A partir de esos años la noción de familismo empresarial fue frecuentemente utilizado para justificar la unicidad de las prácticas empresariales japonesas. Surgió también la primera generación de administradores reclutados directamente de las universidades, profesionales que no eran propietarios de empresas o sus familiares (Clark, 1977).

Desde la victoria de Japón en la guerra contra Rusia (1904-05) que promovió una ola de fervor nacionalista, el poderío industrial japonés parecía no estar en duda. Los Zaibatsu disfrutaban de la protección del gobierno y participaban en la toma de decisiones nacionales y el nacionalismo empresarial era difundido por los empresarios de manera activa. El Club Industrial de Japón con Takuma como líder emprendió una campaña nacional sin precedentes para unir a todos los empresarios japoneses en contra del reconocimiento jurídico de los sindicatos, particularmente entre los años de 1929 y 1931; al mismo tiempo que al exterior de las empresas se ejerció una política de represión del gobierno en contra de los movimientos de izquierda. A su vez, los grupos radicales de

ultraderecha criticaban la ausencia de nacionalismo de los *Zaibatsu*, el gobierno y los partidos políticos. Esta ambivalencia entre el discurso y la práctica de los empresarios ocasionó que se convirtieran en el blanco de ataques del ala izquierda y de la ultraderecha en Japón. En 1932, éstos desembocaron en el asesinato de Takuma que los obligó a replantear su discurso.

Como respuesta a estos ataques se acudió más que nunca a la exaltación de la idea de la empresa como familia y a la benevolencia de los empresarios hacia sus empleados. Al interior de las empresas se excluyó a los grupos hostiles y se benefició a los grupos cooperativos a través de una política de reparto de intereses estableciéndose lo que se ha dado en llamar "empresarismo" o "familismo empresarial" que se rige por la idea de "compartir un destino común" (Hazama, 1977). Cuatro años después del asesinato de Takuma, la empresa Mitsui inició "la conversión de los *Zaibatsu*" que incluía contribuciones de sumas importantes como donaciones a empresas públicas y a organizaciones sociales de ayuda a los desempleados; el retiro de familiares de Mitsui de la administración de la empresa; la apertura pública a las acciones de la compañía en la bolsa y la declaración del interés nacional como objetivo prioritario de la empresa.

Como consecuencia de la Gran Depresión y de la ocupación de Manchuria por Japón a inicios de los años 30, la política laboral tomó una orientación autoritaria a través de la adopción de los modelos nazi y fascista. En 1936, el ejército japonés presionó para poner a toda la economía en estado de guerra. Bajo esta circunstancia, el 10 de septiembre el ejército ordenó a los trabajadores de sus arsenales darse de baja de los sindicatos. Esto provocó que tan sólo la Federación General Japonesa de Trabajadores de Empresas Públicas (*Nihon Kangyō Rōdō Sōdōmei*) perdiera a 800 mil agremiados, casi la mitad de sus miembros. La prohibición de formar parte de un sindicato ocasionó que 1937, 109,749 trabajadores participaran en huelgas, lo que superaba a los 81,329 trabajadores que se habían manifestado en el emblemático 1931. (Garon,1992:319-323)

En este contexto surgió un nuevo nacionalismo empresarial apoyado por el fortalecimiento de los militares en el poder. Los "nuevos *Zaibatsu*" crearon alianzas con el sector militar y volvieron a enarbolar a la nación como objetivo central en todos sus discursos. En la década de los 30 Japón inició una política de expansión territorial apoyada en ideas ultranacionalistas y en una política *renovacionista* impulsada por "los

nuevos burócratas". Entre estos funcionarios destacaron Yoshida Shigeru[8] y Goto Fumio que en 1932 fundaron la Sociedad de Fundamento Nacional (*Kokuikai*), un grupo de debate integrado por los nuevos burócratas y oficiales del ejército en el que se exaltaban los valores autóctonos y se atacaban las ideas importadas de Occidente.

En el marco de los conflictos laborales de la época, la propuesta de Kamino Shin'ichi de formar un movimiento obrero "indigenista" que partía de la base de negar la existencia de la lucha de clases y la armonía y reconocer la unidad que existía entre el Trabajo y el Capital fue aceptado por los grupos en el poder, particularmente por Yoshida. Esta propuesta tenía la intención de acabar con el predominio de los sindicatos de izquierda y con las huelgas que éstos promovían convocando a una unión nacional que fomentara la lealtad y el patriotismo entre los trabajadores. En abril de 1936 se formó la Asociación Nacional de Sindicatos Obreros Patrióticos (*Aikoku Rōdō Kumiai Zenkoku Konwakai*), con 47 mil miembros integrada por sindicatos de empresa que suprimieron las huelgas como medio de negociación.

En 1934, Minami Iwao, entonces jefe de personal de *Japan Electric* viajó a Alemania apoyado por Yoshida para conocer la política laboral de ese país. Regresó muy impresionado con el modelo de empleo nazi que negaba la existencia del conflicto entre los trabajadores y los empleados. La propuesta de Minami culminó en 1938 en *Sangyō Hōkokukai* (Movimiento del Servicio Patriótico Industrial) que promovió en todas las prefecturas del país la formación de "unidades patrióticas industriales" integradas por el empresario y los trabajadores de la fábrica. Se creó la Federación Patriótica Industrial (*Sangyō Hōkoku Remmei*), un órgano que se encargaba de coordinar las actividades entre todas las unidades de las diversas empresas. Muy pronto fue notoria la supremacía del poder empresarial en el Movimiento Patriótico Industrial y al interior de las empresas (Gordon, 1998).

En 1940, en estado de guerra y bajo el segundo periodo de gobierno del primer ministro Konoe Fumimaro (junio de 1937-enero de 1939 y julio de 1940-octubre de 1941), se

[8] Me interesa destacar la gran influencia de Yoshida a quien se le considera el principal representante del nacionalismo empresarial. Ocupó diversos cargos directivos: en el Departamento Social (1929-31), en *Kyōchōkai* (1931-34) y en el Departamento de Investigación del Gabinete (1935-36). Durante una época administró los templos shintoístas patrocinados por el Estado a través de los cuales colaboró de manera estrecha con la derecha militar y civil de Japón. En 1923 viajó a EE.UU. y Europa y regresó poco impresionado de estos modelos extranjeros y por los derechos y los intereses individuales.

estableció la Asociación de Asistencia al Mando Imperial (AAMI) que reorganizó toda la fuerza laboral del país en asociaciones patrióticas (*hōkokukai*) en sectores estratégicos: industria, minería, agricultura, naviero y comercial. Se promovió otra innovación nazi: la cartilla de trabajo que todo trabajador debía presentar antes de ser empleado que registraba la frecuencia en sus cambios de trabajo e impedir su contratación futura. Así, promoviendo la disolución "voluntaria" de los sindicatos y el control total sobre los trabajadores se logró la administración de 54 mil unidades patrióticas industriales con sus 4.5 millones de miembros (para 1943 eran 86 mil unidades y 5.8 millones de trabajadores), dando nacimiento al corporativismo de Estado. El Club Industrial del Japón y la Liga Económica del Japón (*Nihon Keizai Remmeikai*), permanecieron intactas.

A pesar de la imposición manifiesta para la disolución de los sindicatos y para la formación de las unidades patrióticas, el discurso del Estado señalaba la inconveniencia de "los controles autoritarios" desde arriba y festejaba la organización laboral "espontánea" desde abajo. En los hechos, los empresarios fueron beneficiados ya que los sueldos se congelaron, se restringió la movilidad de los trabajadores a través de un mayor control y se redujeron las huelgas con la desaparición de los sindicatos. En este contexto, y ante la necesidad de justificar todas estas medidas, comenzó a construirse un *nihonjinron* calificado como patriótico.

En entrevista en 1997 al profesor Keiichi Tsunekawa, entonces director del Centro de Estudios de América Latina en la Universidad de Tokio, éste enfatizó que el SEJ no es un producto natural de la cultura japonesa sino que se creó en una época de serios conflictos entre trabajadores y empresarios. Opinó que “los buenos sistemas surgen gracias a los conflictos y no pacíficamente pues la cultura no puede explicarlos.” Me parece destacada la opinión de Tsunekawa ya que, en contraposición a la tendencia de exaltar el valor de la armonía como motor de desarrollo del sistema empresaria japonés, él subrayó la importancia del conflicto en la construcción del actual SEJ.

Los procesos sociales y políticos como el nacimiento de los partidos políticos; el surgimiento del movimiento socialista y de los trabajadores para organizarse en sindicatos en defensa de sus derechos; el fortalecimiento de los grupos radicales de ultraderecha y el ascenso del militarismo japonés, fueron variables determinantes que definieron la ideología empresarial de esta época. Quiero destacar que fue el conflicto político y social de esos años lo que detonó y dio forma a la ideología empresarial japonesa, incluyendo

los principios de armonía, conciliación, colectivismo, familismo y el surgimiento de "los tres tesoros sagrados" que definirían a la empresa japonesa y al estereotipo del "*Japan Inc.*"[9] durante los años siguientes.

2.3.1. El *nihonjinron* patriótico

El *nihonjinron* de estos años es calificado como "patriótico" y se caracteriza por el sentimiento de superioridad de los japoneses frente a los europeos y norteamericanos reflejado en un etnocentrismo xenofóbico, "*Nihonjinron*, de una forma u otra, se convirtió en parte de la ideología oficial en el periodo que va de la Restauración Meiji hasta finales de la Segunda Guerra Mundial, sufriendo altibajos en importancia. El gobierno utilizó todos los medios posibles para propagar esta visión del mundo, incluyendo a las instituciones militares y educativas y a los medios de comunicación" (Befu, 2001:135).

Como parte de esta ola de *nihonjinron* patriótico o de nacionalismo exacerbado pueden mencionarse entre los documentos más influyentes a *Kokutai no Hongi* o Esencia del Estado Japonés, un texto nacionalista editado por el Ministerio de Educación en 1937 que asentaba la visión oficial de la historia y el carácter fundamental del Estado japonés sintetizado en la institución imperial, en la superioridad japonesa y en el establecimiento de la Gran Esfera de Coprosperidad del Este de Asia. Era un texto obligatorio para todos los estudiantes y maestros, de ahí su amplia difusión en la población japonesa. En *Kokutai no Hongi,* el *Bushidō* es descrito como un antiguo espíritu, único entre los japoneses que permite explicar la moralidad nacional exclusiva de Japón (Hall,1974)

Otro texto de importancia significativa para la época fue *Hagakure*, el libro esencial del *Samurai* de Yamamoto Tsunetomo (1979), un *samurai* convertido en monje que combina las enseñanzas del Zen y del Confucionismo en una filosofía centrada en la lealtad, la devoción y la pureza de mente. Estas ideas fueron adoptadas por los ultranacionalistas de los años 30 como el manual de los militares. Yamamoto construye una imagen del *samurai* como héroe militar glorificando las artes marciales y la guerra bajo los principios del *Bushidō*. El espíritu y la tradición *samurai* no eran exclusivos de la élite sino que

[9] Uno de los términos que con mayor frecuencia ha sido utilizado para describir los aspectos negativos de la experiencia japonesa es "*Japan, Inc*.", acuñado en los EE.UU. por Kahn y popularizado por Abbeglen. *Japan Inc*. sugiere la idea de una nación-empresa con el gobierno y las grandes empresas a la cabeza y la población japonesa como fiel servidora en la consecución de los intereses de la élite. Ver, Kahn, 1970 y Abbeglen (1984).

había permeado a la población en general, dispuesta a sacrificar sus vidas por el bien común (Suzuki, 1959).

Otra obra de gran relevancia es *Fūdo* de Watsuji Tetsurō (1935), en la que se relaciona el clima de Japón con su cultura única debida al carácter impredecible de los tifones y las inundaciones causadas por el monzón en combinación con la regularidad de las estaciones. Esta peculiaridad climática exclusiva de Japón habría creado una sensibilidad especial hacia la naturaleza entre los japoneses que se reflejaba en el arte, en la arquitectura y en la literatura del país. La teoría de Watsuji sobre la identidad japonesa incorpora la noción *aidagara* o intersubjetividad, la relación básica que existe entre el yo y la sociedad y entre hombre y mujer. Este tipo de relación primaria no existe como un fin en sí misma sino como medio para otro tipo de relaciones como el de padre-hijo y el de marido-mujer para la construcción del *ie*.

El amor que surge de esta primera relación básica permite el autosacrificio en una "unidad con absoluta continuidad" -*zenzen hedatenaki ketsugō*-, para encontrar el verdadero ser (Watsuji, 1963:243, citado en Morris-Suzuki, 1998:130). De la pareja a la familia y del conjunto de familias al Estado con el emperador como el padre de la gran familia japonesa se construyó la narrativa del concepto *kokka* (国家) o nación, compuesto por los ideogramas de *nación* y *casa*. Las cuestiones de género pasan a un segundo plano ante la dimensión del propósito nacional.

Kōyama Iwao (1905-1993), siguiendo la línea de Watsuji, relaciona al medio ambiente con el carácter nacional de Japón, su sensibilidad, su estética y su patriotismo. Califica al sistema imperial japonés como único en el mundo y a Japón como una nación divina. Kōyama era miembro de la Escuela de Kioto que buscaba crear una "nueva geopolítica japonesa" y cuya relación con las autoridades militares era estrecha. De esta forma, el sistema de valores tradicionales "únicos" del Japón fue la solución que embonaba convenientemente a cada uno de los problemas que se presentaban. Por lo tanto, puedo afirmar que durante los años 30 y 40 el enfoque del colectivismo o "centrado en la comunidad"[10] fue la base sobre la cual el empresariado japonés justificó el sacrificio del

[10] Acuñado por Gustav Ranis para describir a los empresarios de la época Meiji, este concepto es una de las primeras referencias al posterior *grupismo* empresarial de la posguerra y es utilizado por varios académicos para explicar el éxito económico de Japón (Ranis, 1955).

interés individual y la entrega de los trabajadores a la empresa y a la naciente nación japonesa.

2.4. La ideología empresarial japonesa durante los años de posguerra y de crecimiento económico (1950-1970)

La derrota de Japón en la Segunda Guerra Mundial fue un hecho que marcó de manera determinante el sentir popular y la cultura japonesa actual. El orgullo por los valores tradicionales y la ola de patriotismo exacerbado que le antecedió fue sustituido por calificativos como "feudal", "premoderno", "arcaico" y "antidemocrático". El sentimiento de superioridad se transformó en complejo de inferioridad y en un nuevo proceso de auto-orientalismo. Para Yoshino (1992), éste representó una época de introspección caracterizada por una evaluación negativa de las peculiaridades japonesas.

Desde la institución imperial, que era el eje sobre el que giraban el nacionalismo y los valores tradicionales hasta el sistema familiar e inclusive el lenguaje japonés, sufrieron los embates de esta ola de negación y autodenigración que trajo consigo la derrota. En este contexto, el género *nihonjinron* también sufrió un revés y las ideas que caracterizaron la época mostraron un regreso al pensamiento de principios de la era Meiji en la que lo occidental representaba el *avant garde* y lo japonés lo atrasado y fuera de moda.

El 15 de agosto de 1945, el Emperador Hirohito se dirigía al pueblo japonés para anunciar la derrota de Japón frente a las fuerzas Aliadas. Iniciaba así la ocupación norteamericana con una serie de cambios que buscaban el desmantelamiento de la estructura del poder militar en Japón y su democratización. Se proclamaba una nueva constitución en noviembre de 1947 en la que el Emperador japonés se constituía en un "símbolo del Estado y de la unidad de la población"; se garantizaban derechos humanos fundamentales como la libertad de expresión, de reunión y de religión; el derecho a la educación, al trabajo, a organizarse; y, a negociar de manera colectiva. Se prohibía toda discriminación basada en género, raza, credo, estatus social u origen familiar. Se garantizaba a la mujer su derecho a la igualdad en el matrimonio, en el divorcio y en la herencia.

Las reformas llevadas a cabo por el Comando Supremo de las Potencias Aliadas (CSPA) abarcó también leyes de propiedad sobre la tierra expropiando grandes dimensiones para ser repartida en pequeñas porciones a familias; se disolvieron los Zaibatsu; se anuló al

Shintō como la religión oficial de Japón; se ordenó la liberación de miembros del partido Comunista y el desmantelamiento del poder de la burocracia y de la policía. Destaco de manera especial uno de los artículos promulgados en la Constitución de 1947 que definió de manera determinante el curso del desarrollo político y económico del Japón en los años de posguerra: el artículo 9 que lo obligaba de manera permanente a renunciar al derecho soberano de toda nación a la guerra y a la amenaza o uso de la fuerza como medio de solución de sus conflictos con otros países.

También formó parte de esta estrategia una purga general de la burocracia civil, en especial del Ministerio del Interior y de los organismos policiacos afiliados, incluyendo a la Policía Superior Especial. Alrededor del 60% de los funcionarios de ese ministerio fueron afectados en 1946 y al año siguiente el Ministerio del Interior desapareció repartiendo sus funciones entre los Ministerios de Bienestar Social, de Trabajo, de Construcción, la Agencia de Autonomía Local y a través de la descentralización del sistema de policía.

A pesar de todos los cambios en la administración pública llevados a cabo por las Fuerzas de la Ocupación, la mayoría de la élite burocrática japonesa se mantuvo con el fin de implementar las reformas norteamericanas. Una de los primeras fue anular todas las leyes laborales represivas y promulgar una nueva ley del trabajo favorable a los trabajadores. Paradójicamente, los mismos funcionarios que habían establecido las leyes anteriores, eran ahora los encargados de echar a andar esta nueva ley. Aún aquellos funcionarios que fueron despedidos durante la purga general pudieron reincorporarse, ya sea a puestos en el gobierno o a los consejos de las empresas. Tan sólo en la Cámara Baja, más de treinta de estos funcionarios depuestos pudieron ocupar escaños en 1952. Este hecho me permite explicar una de las razones por las que durante los años de posguerra la política laboral no sufrió cambios significativos. Otra de las razones de peso fue sin duda el inicio de la Guerra Fría.

En este primer periodo de reformas del CSPA los empresarios fueron afectados a través de los cambios a los Zaibatsu que fueron despojados de la propiedad y el control de familias como Mitsui, Asano, Sumitomo, Yasuda, entre otros. De igual forma, el CSPA ordenó al gobierno japonés que promulgara una Ley de Sindicatos que permitiera la organización libre de los trabajadores, su derecho a la huelga y a manifestarse lo que promovió que los afiliados a sindicatos ascendieran de 5 mil en octubre de 1945 a 5

millones en diciembre de 1946. En el mismo año, una grave escasez de alimentos en zonas urbanas fue el detonador del descontento social que impulsó a trabajadores y ciudadanos ordinarios a manifestarse en las calles demandando arroz y democracia en el llamado *Food May Day*. En agosto de 1946, los comunistas y los socialistas organizaron el Congreso Japonés de Organizaciones Industriales (*Sanbetsu Kaigi*), con casi un millón 630 mil trabajadores.

El 1° de febrero de 1947 se acordó una huelga general en todo el país para demandar un gobierno comunista. Sanbetsu organizó la "Contienda de Octubre" que culminó con más de cien huelgas en las que participaron alrededor de 180 mil trabajadores en todo el país. Ante esta oleada de huelgas, tanto las autoridades norteamericanas como el gobierno japonés se vieron en la necesidad de unir fuerzas para contrarrestar el embate comunista. Con el progresivo aumento de las tensiones entre los EE.UU. y la Unión Soviética y el aumento creciente de la influencia del movimiento comunista en el movimiento obrero japonés, las fuerzas de ocupación cancelaron todo lo hasta entonces logrado en favor de los trabajadores japoneses. En julio de 1948, el general MacArthur, jefe supremo del CSPA, ordenó al gobierno japonés revisar nuevamente las leyes laborales y abolir el derecho a la huelga. En 1949, el CSPA implementó el Plan Dodge que proponía la recuperación económica de Japón a través de una austera política fiscal y monetaria que obligó a la mayoría de las empresas a hacer recortes de personal provocando el descontento social y nuevas manifestaciones de trabajadores (Gordon, 1998).

Como resultado de esta Purga Roja, los miembros que integraban el sindicato *Sanbetsu* se redujeron drásticamente de un millón 372 mil en 1948 a 47 mil en 1951. En 1953 se aprobó la Ley de Regulación de las Huelgas que declaraba ilegales los paros laborales en los sectores del carbón y la energía eléctrica. Estas medidas de represión contra el movimiento laboral en Japón probaron ser muy efectivas en el corto plazo como lo muestran la reducción en el número de integrantes en los sindicatos. No obstante, tanto el CSPA como el gobierno japonés y los empresarios estaban conscientes del peligro que se corría en el contexto de la guerra fría.

Ante esta situación se implementaron medidas que contuvieran el crecimiento del movimiento laboral. Se creó en 1955 el Centro de Productividad de Japón (*The Japan Productivity Center JPC*) con fondos de los EE.UU. y con la cooperación del gobierno japonés y los empresarios. El JPC (por sus siglas en inglés), proclamaba un nuevo sistema

de consultas entre los empresarios y los trabajadores para aprovechar el desarrollo tecnológico, aumentar la productividad e incrementar el salario de los empleados y su nivel de vida. Desde los años 50 hasta principios de los años 70, cerca de cinco mil líderes japoneses de trabajadores viajaron a los EE.UU. financiados por el JPC, la Fundación Asia y la Fundación Rockefeller para conocer el sistema de empleo e industrial de los norteamericanos. (Gordon, 1998)

El 25 de junio de 1950 estalló el primer conflicto bélico producto de la guerra fría en Corea que favoreció la reactivación de la economía japonesa gracias a la expansión de la demanda del mercado mundial y del mercado interno que provocó que el PNB de Japón se duplicara a finales de la década de los 50. Este incremento en la demanda interna y externa provocó una alta demanda de trabajadores del sector manufacturero y de servicios que ocasiónó la emigración de un gran número de personas del campo a la ciudad. La proporción de japoneses que vivían en ciudades (principalmente Tokio y Osaka), creció de 37.3% en 1950 a 56.1% en 1955 (Usui, 2014).

La demanda interna de productos electrodomésticos impulsó el desarrollo de la industria manufacturera japonesa hacia las industrias pesadas que producían maquinaria, barcos, productos químicos, de aluminio y semiconductores. En estos años el promedio de crecimiento de la economía japonesa fue de 9% anual. Esta mejora económica se reflejó en el nivel de vida de las familias japonesas y en un nuevo fervor por el consumo, la educación y el acceso a las clases medias. A principios de los años 50, la mayoría de los estudiantes japoneses terminaban su educación formal al finalizar la secundaria y eran reclutados para ocupar puestos en las fábricas. En los años 60 más de la mitad de los japoneses empleados contaban con nivel de preparatoria y para los años 70, esta cifra ascendió al 82% (Gordon, 1998).

En 1955, el gobierno revivió a nivel nacional la campaña "Movimiento Nueva Vida" (*Shin Seikatsu Undō*), en la que el gobierno y las empresas reforzaban entre sus empleados y sus familias una clara división de labores entre hombres y mujeres en el marco de las necesidades de las empresas. Si bien esta campaña Nueva Vida había existido desde los años 20 con el gobierno socialista del Primer Ministro Tetsu Katayama, adquirió fuerzas renovadas a finales de los años 40. Su objetivo se resumía en la frase "sacrificar el presente por un mejor futuro" y se materializaba en una vida basada en el ahorro, en racionar el consumo, trabajar con ahínco, ser frugal y no acudir al mercado negro en

descontrol en esos momentos ante la escasez de diversos productos. Esta política se promovía a través del Ministerio de Educación e involucraba a mujeres, jóvenes y niños agrupados en consejos de ciudadanos a nivel prefectural y municipal (Garon, 1997:172).

Mi interés en este movimiento social reside en que representó las bases de la llamada "sociedad centrada en la empresa" que caracterizó al Japón de los años 60 a los años 80. En este sentido, desde los años 50 ante las necesidades de personal que tenían las empresas, éstas urgieron al Ministerio de Educación a que diseñara un programa de estudios que proveyera egresados que garantizaran el perfil que ellos requerían. La organización de las amas de casa en los años 70 permitió a Japón solventar en gran medida los problemas económicos causados por la crisis del petróleo de 1973 gracias a los niveles de ahorro logrados por las familias japonesas y por el hábito ya adquirido desde la Segunda Guerra Mundial de racionar alimentos.

En los años 60, la estrecha relación entre el gobierno y los empresarios permitió el desarrollo de industrias clave para el crecimiento económico del país y el fortalecimiento de los *Keiretsu* o grupos industriales. Éstos fueron establecidos después de la guerra y giraban en torno a un banco que los financiaba y que poseía el 30% de las acciones. Esta fórmula limitaba el poder de todos los accionistas y permitía una clara separación entre los dueños y los ejecutivos que dirigían las empresas para crear condiciones sanas para su crecimiento. Los *Keiretsu* desarrollaban relaciones de confianza y de largo plazo con sus proveedores lo que facilitaba la compra de sus productos a precios competitivos y a compartir las ganancias con ellos. Esta relación de beneficio mutuo fue un factor clave para el desarrollo de las industrias y empresas japonesas para competir en los mercados internacionales.

Con los cambios realizados por las empresas japonesas en coordinación con la política gubernamental y financiera fueron delineándose las características del modelo empresarial japonés. En combinación con prácticas norteamericanas, los sistemas de producción que se desarrollaron durante estos años incluían: control del inventario y la producción (*just in time*); círculos de control de la calidad total (*TQC*) y la integración de las sugerencias y opiniones de los trabajadores a la mejora continua (*kaizen*). Por otra parte, de 1960 a finales de los años 80, los sindicatos perdieron fuerza al integrarse a las empresas y aceptar los valores empresariales como propios por lo no volvieron a registrarse protestas laborales en Japón y entre 1970 y 1980, dos terceras partes de los

trabajadores organizados fueron reunidos en una sola federación nacional: *Rengō,* cuyos principios abanderaban el sacrificio y el compromiso total del trabajador y su familia a la empresa. La política de "la sociedad centrada en la empresa" comenzaba a dar frutos.

2.4.1. El *nihonjinron* de la posguerra

Si bien existen evidencias de que algún tipo de *nihonjinron* existió desde el periodo Meiji a finales del siglo XIX (Gluck, 1985), éste se vio claramente reflejado en el nacionalismo militaristas de la década de los 30 y dio inicio formal con la publicación de la obra de Ruth Benedict*, El crisantemo y la espada* (1946). En este análisis se caracteriza a Japón como la "cultura de la vergüenza" -*恥文化 Haji bunka*-, en la cual los individuos son controlados por amenazas sociales como el honor personal y la reputación, en contraste con la "cultura de la culpa" -*罪悪感文化 Zaiakukan bunka*- de occidente en la que los individuos son controlados por sanciones contra la violación de la moral establecida.[11]

Otros trabajos de importancia para el desarrollo del *nihonjinron* de estos años son *La estructura familiar de la sociedad japonesa* (1950) y *El sistema familiar como una ideología* (1957) de Kawashima Takeyoshi, en los que el autor desarrolla su teoría sobre el concepto de *ie* y su aplicación a las organizaciones empresariales; y *La sicología de los japoneses* de Minami Hiroshi (1953), que caracteriza a los japoneses con una personalidad melancólica, solitaria, fatalista e infeliz que refleja un sentimiento nacional de derrota después de la guerra.

También puede mencionarse *Una teoría sobre las anormalidades de los japoneses* de Kishida Kunio (1947), donde se contrasta la "anormalidad" de los japoneses con la "normalidad" de los occidentales. En el mismo sentido destaca *Sobre la forma de mirar las cosas* de Tsukasa Shintarō (1951), que critica la falta de autonomía e independencia de los japoneses (citados en Yoshino, 1992:35-36). Y *El clima mental de Japón* de Iizuka Kōji (1952), en el que los patrones tradicionales de las relaciones sociales como la estructura jerárquica que existe entre el líder paternalista y sus seguidores y el nacionalismo basado en el concepto de familia feudal son las raíces de la naturaleza antidemocrática de la sociedad japonesa.

[11] Una de las críticas más frecuentes que ha recibido este estudio es que fue realizado con información disponible sólo en los EE.UU. y a través de entrevistas a japoneses que vivían en ese país, no con información original y de habitantes de Japón, hecho que no descalifica la importancia de su impacto en el público japonés y como una obra clave en el contexto del *nihonjinron*.

A finales de los años 60, con el inicio de la etapa de rápido crecimiento económico los japoneses comenzaron a recuperar la confianza perdida. El género *nihonjinron* mostró una visión más positiva sobre Japón y el desarrollo económico que empezó a ser visto como resultado de las instituciones sociales y de los valores culturales japoneses "únicos". Esta tendencia registró su punto culminante a finales de los años 70 y durante la década de los 80 cuando Japón gozaba del indiscutible reconocimiento internacional como potencia económica.

En este contexto, la influencia de Yanagita Kunio (1875-1962), fundador de los estudios del folclor japonés, fue evidente. Yanagita abanderó una corriente de estudios indigenistas sobre Japón. Recabó información sobre las regiones agrícolas de Japón y sus vidas cotidianas. Sus conclusiones destacan la diversidad de las formas sociales del Japón rural cuyas diferencias las ubica en el concepto espacio por lo que cada región tenía particularidades únicas. A partir de los años 30 y 40, su interés se concentró en el concepto *Nihon bunka* (cultura japonesa) como eje integrador de todas las regiones y de aquello que explicara la japonesidad. El concepto de espacio fue sustituido después por el de tiempo por lo que era más correcto hablar de cultura Momoyama, Meiji o Showa sin importar la región. Después de la derrota de Japón en la Segunda Guerra Mundial, y en respuesta al caos social que se vivía, Yanagita escribió en 1946:

> En estas circunstancias es particularmente necesario darse cuenta de lo que significa formar una nación étnicamente homogénea [...] Hasta ahora no nos hemos percatado [...] de cuántas formas tenemos de ver las cosas y de sentirlas; estas formas, para bien o para mal, son peculiares de los japoneses. El vínculo entre la familia y los espíritus ancestrales es una de ellas, pero también hay muchas alianzas inexpresables entre los dioses y la aldea que se han ido transmitiendo intactas desde el pasado y que podemos pensar que existen a través de la celebración anual de festivales (Yanagita, 1963c:284, citado en Morris-Suzuki, 1998:81).

La influencia de Yanagita en los círculos políticos e intelectuales en los años 60 era indudable. A partir de sus estudios surgieron los de sociología rural de Aruga Kizaemon que destacó a la institución familiar y la sociedad vertical que posteriormente popularizó Chie Nakane. Sin proponérselo, Yanagita fue un importante proveedor de

> ingredientes para la construcción de *nihonjinron* para muchos de sus escritores. Algunos de los seguidores de Yanagita, de hecho, se convirtieron en importantes actores de este género. En 1954, el propio Yanagita editó un volumen titulado '*Nihonjin*', en el cual él y sus estudiantes Wakamori Tarō, Hori Ichirō y otros, contribuyeron a un capítulo sobre japonesidad, creencias populares de los japoneses, la concepción japonesa de autoridad y otros tópicos (Befu, 2001:17).

A partir de los estudios mencionados se reinterpretó y fortaleció el concepto de grupo durante los años de posguerra. iversos especialistas, incluyendo a Yanagita, enfatizaron la necesidad de la solidaridad de la comunidad por el bien de su propia existencia basándose en la estructura social que imponía el sistema de irrigación de los campos de arroz. Kamishima Jirō en *La estructura mental del Japón moderno* (1961), articula la idea de la reproducción de las tradiciones campesinas en la sociedad moderna japonesa y la importancia del *Shintō* en la adoración de los ancestros y la celebración de los festivales como medio de integración afectiva de la comunidad y para el mantenimiento del orden en las aldeas.

Estos valores de conducta social de las aldeas tradicionales japonesas fueron reproducidos en las ciudades que comenzaban a industrializarse y a urbanizarse creando lo que Kamishima llama las "aldeas secundarias" que surgen ante la incapacidad de las ciudades de ofrecer alternativa para que las nuevas comunidades tipo *gesellschaft* sean capaces de reemplazar a las viejas tipo *gemeinschaft* (Kamishima, 1961). Estos valores importados de las aldeas a las ciudades se integraron a la empresa japonesa: la obediencia se premió con incentivos como el empleo de por vida y el salario por antigüedad y la toma de decisiones por consenso se reflejó en prácticas laborales en grupo como *nemawashi* (proceso de negociación informal que se hace antes de presentar una proposición formal) y *ringi* (proceso en el que se circula un memorándum al interior de la empresa para obtener la aprobación de la mayoría a una determinada propuesta). Las relaciones verticales al interior de la empresa eran como la de padre-hijo y el jefe del grupo como el protector de sus subordinados. Las relaciones horizontales se regían por la jerarquía que impone la edad de sus integrantes.

Como lo he mencionado, el sistema de familia (*ie*) y la comunidad aldeana (*mura*) son nociones tradicionales que han sido construidas deliberadamente como parte de las

modernas empresas japonesas. Fueron institucionalizadas en las grandes empresas y entre los empleados varones, no incluyéndo a la fuerza laboral femenina bajo la justificación de que por la maternidad, las mujeres no podían gozar del empleo permanente ni del salario por antigüedad. Destaco este hecho en el marco de la noción de la homogeneidad tan reiterada por el *nihonjinron* pues si bien en los años de posguerra las mujeres adquirieron plenos derechos civiles como votar, ser elegidas para ocupar puestos políticos, tener acceso a la educación, inclusive a nivel superior, continúan existiendo remanentes de épocas anteriores que se resisten a desaparecer.

La guerra de Corea (1950-1953) representó una forma segura de crecimiento industrial y la justificación para exigir una actitud de servicio en la reconstrucción del país. La nueva meta nacional fue el crecimiento económico de Japón y el impulso de la responsabilidad moral que tenía todo el pueblo japonés para con su nación. Otra vez se apelaba a la noción del nacionalismo empresarial (Hirschmeier and Yui, 1975). A finales de los años 60, ante la obsesión de crecimiento económico nacional que se percibía en Japón y ante el éxito alcanzado, surgió la imagen del japonés como "animal económico" en el exterior. En este contexto se enfatizó más que nunca la creencia de que el éxito económico de Japón respondía a sus tradiciones culturales integradas en el llamado "estilo empresarial japonés", ya en boga en el mundo y cuyas ideas ampliaré en el siguiente capítulo.

Capítulo III. El concepto de grupo: su creación, reproducción y mantenimiento como base de la ideología empresarial japonesa (1970-1990)

Desde el fin de la guerra hasta los años 60, Japón había transitado de una economía con salarios bajos y uso reducido de la tecnología a una nación considerada líder industrial y empresarial reconocida por su desarrollo innovador en áreas como automóviles, computadoras y la entonces incipiente industria de la robótica.[12] A partir de los años 70, los japoneses iniciaron un periodo de abundancia económica y de reconocimiento internacional que generó una gran confianza en sí mismos y un fuerte sentimiento de orgullo nacional. La década de los años 80 fue muy positiva para Japón, especialmente después de 1985 cuando el ascenso de la nación hacia la primacía económica global parecía inevitable: los japoneses eran celebrados como las personas más ricas, mejor

[12] La recuperación económica de Japón del shock petrolero de 1973 fue rápida gracias al crecimiento de las exportaciones de automóviles, reproductores de video y *walkmans* de Sony a los EE.UU. En 1974 la balanza comercial entre Japón y los EE.UU. estaba en equilibrio; en 1976, el déficit comercial de EE.UU. con Japón alcanzó alrededor de 4 mil millones; para 1978, 10 mil millones; y en 1985, superó los 40 mil millones de dólares. La tasa de crecimiento anual de Japón se desaceleró a fines de la década de los 70 con respecto a las anteriores pero se mantuvo constante alrededor de 5%, una cifra respetable en una era de "estanflación" estadounidense y pálido crecimiento global (Tsutsui y Mazzota, 2015:63).

educadas y más longevas del mundo; algunos anunciaron el final del "siglo americano" y el inicio de una "nueva era del Pacífico", con Japón a la cabeza; con las ganancias impulsadas por el mercado de valores y el auge inmobiliario en el país, las grandes empresas y los financieros japonese realizaron compras que simbolizaban su gran poderío económico: 80 millones de dólares por un Van Gogh, 850 millones por el Rockefeller Center, 3 mil millones por *Columbia Pictures* y 900 millones por el Campo de golf de *Pebble Beach* (Tsutsui y Mazzota, 2015:65).

Esta situación de bonanza y de orgullo nacional provocó un proceso de introspección y revisión de su cultura que detonó en una amplia discusión sobre la identidad japonesa y las particularidades de su cultura bajo una mirada de supremacía y autoadulación. En esta nueva ola de *nihonjinron* fueron los empresarios los principales generadores del nacionalismo cultural en Japón. Esta renovada imagen se caracterizó por una visión positiva y de autoconfianza que describía el carácter nacional de los japoneses como homogéneo, en natural armonía, con relaciones interpersonales basadas en la jerarquía y el respeto a la autoridad, en un ambiente en el que prevalecía el consenso, la lealtad y el grupo como estructura principal de la sociedad. Muy atrás quedaban las luchas con los trabajadores y los sindicatos sustituidas por un paternalismo empresarial y una empresa integradora del individuo. Imágenes tradicionales con reconocimiento como el *samurai* eran utilizadas como el reflejo fiel del *sarariman* o empleado de cuello blanco.

Las élites empresariales formularon y difundieron ideas que describían de manera conveniente a las empresas japonesas y sus trabajadores y a la sociedad japonesa en su totalidad como parte de la ideología totalizadora de "la sociedad centrada en la empresa". Ya sea produciendo sus propias ideas de manera original o reproduciendo ideas generadas por empresarios, académicos e intelectuales, tanto nacionales como extranjeros, los empresarios se convirtieron durante estos años en los voceros por excelencia del *nihonjinron*. Empresas como Nippon Steel Corporation se abanderaron como los productores del *nihonjinron* al publicar *Nippon: Su tierra y su gente* (1982), donde se exaltaban las virtudes japonesas como únicas y homogéneas. Su importancia reside en que vendió más de medio millón de copias, además de un video que fue distribuido a más de 50 mil empresas, escuelas y organizaciones en el mundo. Su impacto fue tal que se convirtió en un referente ineludible del género *nihonjinron*.

Empresarios como Akio Morita y Matsushita Kōnosuke tuvieron una gran influencia en Japón y en otros países del mundo al difundir sus experiencias y sus ideas a través de sus libros biográficos: *Hecho en Japón* (1987) y *Mi filosofía empresarial (1986)*, respectivamente. La influencia de los empresarios en conjunción con el gobierno tuvo repercusiones importantes en la generación de una corriente de exacerbado nacionalismo al interior de Japón y de xenofobia en el exterior reflejada en la difusión de imágenes del japonés como "animal económico", a Japón como *Japan Inc.,* o al conflicto con los japoneses como *"*la amenaza amarilla".

3.1. La construcción teórica del concepto de *grupo* (*shudanshugi*) y de *la sociedad centrada en la empresa* (1970-1990)

Ante el notable desarrollo económico de Japón, las amenazas a su estabilidad surgieron debido a conflictos comerciales con otros países, particularmente con los EE.UU. que hacían reclamos a las barreras arancelarias impuestas por los japoneses a los productos extranjeros y a las regulaciones excesivas para acceder al mercado japonés. En este contexto de animadversión y mutuo desconocimiento los japoneses acusaron a los países en conflicto de no comprender la situación especial de Japón, las características "únicas" de su historia y su cultura, sus protocolos de negociación debido a formas particulares de comunicarse a través de lenguaje no verbal, su organización industrial, la peculiar relación que existía en Japón entre el gobierno y las empresas y la estructura de la sociedad japonesa basada en el grupo y no en el individuo.

A fines de los años 70 y principio de los 80, con la pregunta *¿quiénes somos nosotros, los japoneses?* se inició un proceso de introspección nacional que buscaba exaltar las diferencias entre "nosotros y ellos" desde una posición de superioridad que le confería en esos momentos su posición económica y financiera mundial. Mientras los EE.UU. se convertía en los años 80 en el más grande deudor del mundo, Japón se erigía como el mayor acreedor. Y si bien EE.UU. continuaba siendo la potencia militar, el desarrollo tecnológico japonés lo colocaba como un poder militar en potencia. Se hablaba de "Japón como el número uno" (Vogel, 1979), se registraba un *boom* de la literatura *nihonjinron* y una amplia difusión de su contenido a través de los medios de comunicación.

Entre los libros con mayor popularidad de esos años se encuentran los de Chie Nakane (1970) y Takeo Doi (1973), considerados los más importantes exponentes del modelo de

grupo -*shūdanshugi*- con el que se caracteriza a la sociedad japonesa[13]. Ambos estudios destacan la estructura social japonesa basada en el grupo como núcleo social, la verticalidad y la dependencia, en contraste con Occidente que se define por el individualismo, la horizontalidad y la independencia. Nakane popularizó el concepto de sociedad vertical –*tateshakai*-, en la que la confrontación existe entre grupos similares y no entre diferentes estratos sociales ya que no hay lucha de clase. En la esfera económica la confrontación no se da entre el capitalista y el trabajador sino entre compañías de nivel similar y el conflicto industrial es interno en la "empresa-familia.

Nakane se basa en el concepto *ba* 場 o marco de referencia en la que ubica al grupo y en el de *shikaku* 四角 o atributos en la que ubica al individuo. En Japón las personas se relacionan en términos de *ba* identificándose con la empresa, la universidad o al grupo de pertenencia (soy de Nissan, soy de la Universidad de Tokio, etc.); mientras que en los países occidentales el individuo se identifica a través de sus atributos personales (soy ingeniero, soy médico, etc.). En Japón las relaciones se conciben en una estructura vertical que se rige por las relaciones entre *oyabun* (el padre) y *kobun* (el hijo), con todas sus implicaciones de responsabilidad, jerarquía y lealtad filiales que éstas conllevan y con la particularidad de que éstas han sido adaptadas a las empresas (Nakane, 1970).

Doi introduce el concepto "*amae*" que aclara es muy difícil de traducir dado que no existe un equivalente cultural en otros países y lo define como el deseo de los individuos por protección, amor y necesidad de favores especiales desde la infancia y a lo largo de toda la vida. En el caso de la sociedad japonesa este sentimiento de dependencia se refleja en las relaciones verticales y en la orientación que existe hacia la formación de grupos al promover la armonía y las relaciones recíprocas entre los japoneses. Bajo el concepto de *amae*, aquellos en una posición de superioridad ofrecen protección y seguridad a sus subalternos guiados por el principio *on*; mientras que aquellos que reciben el favor, se ven obligados a retribuirlo (*giri*) a través de su lealtad. Por lo tanto, en el modelo de grupo la cooperación y el conformismo son vistos como valores prioritarios (Doi, 1973:34-35). Por ello, el concepto *amae* puede ser visto como "el pegamento psicológico" que mantiene aglutinado al modelo sociológico planteado por Nakane (Goodman, 2005:62).

[13] Hasta 1982, Nakane había registrado una cifra de ventas de 760 mil ejemplares, mientras que Doi alcanzaba la increíble venta de 1,250,000 ejemplares, ver Dōmeki, Kyōsaburō, "*A Cultural Map of Nihon:'Japan"*", *ASY* (23-27 de agosto), p.5, en Mouer y Sugimoto, 1986:87.

Quiero subrayar que con la construcción del concepto *amae* la identificación del paternalismo empresarial encontró terreno fértil. Los empresarios actúan con benevolencia al proveer empleo permanente y salarios por antigüedad y con preocupación por la familia del empleado a cambio de la devoción y lealtad hacia la empresa. El término *marugakae* 丸抱え refiere a "la responsabilidad y preocupación total e integral" de la empresa hacia sus empleados y es uno de los aspectos más destacados para referirse a la empresa japonesa (Abegglen, 1958; Brown, 1966; Yoshino, 1969; Rohlen, 1974). Cuando entrevisté al profesor Tetsuo Abo del Instituto de Ciencias Sociales de la Universidad de Tokio, comentó que el llamado "*wagashaa ishiki*" o conciencia de "mi compañía" presenta un peligroso lado obscuro al convertir a la empresa en tu familia y anular a la real, teniendo como consecuencia otros problemas sociales que incluyen el de la propia desintegración familiar.

Apelando nuevamente al modelo de grupo para comprender a la sociedad japonesa, los trabajos de John Embree (1939), *Suye Mura* y de Ruth Benedict (1946), *El crisantemo y la espada: patrones de la cultura japonesa*, son las obras que sentaron las bases del "modelo de grupo" con el que se identificó a la sociedad japonesa. A fines de la década de los 70, Reischauer y Jansen (1977) con *Los japoneses hoy: cambio y continuidad* y Vogel (1979) con *Japón como número Uno*, que se convirtieron en *best sellers* en Japón, consolidaron este modelo de análisis. En el mismo sentido, el análisis de Murakami, Kumon y Satō, *La sociedad Ie como patrón de civilización* (1985), es uno de los más importantes en el tema (Murakami, et al., 1985:361-363).

Ello me refiere una vez más a la perspectiva de Eric Hobsbawn sobre la invención de la tradición con el fin de mantener un sentido de continuidad con el pasado, aunque con nuevos propósitos requeridos en nuevas condiciones (Hobsbawn y Ranger, 1983). Como lo he señalado, una de las características más convenientes que presenta el *nihonjinron* es su flexibilidad conceptual e histórica que le permite el uso de conceptos en discursos diversos y ahistóricos que destacan como punto central las diferencias de Japón y los japoneses en oposición a lo no-japonés con el fin de reafirmar la identidad y el nacionalismo entre la población.

El *nihonjinron* destaca que la naturaleza de grupo que se atribuye a Japón responde al cultivo del arroz y su necesidad inherente de una gran cooperación comunal. En contraste,

se afirma que los occidentales son individualistas y agresivos debido a su experiencia nómada y pastoral. La idea de la identidad cultural japonesa en términos geoclimáticos encuentra su justificación en autores como Shiga Shigetaka y su obra *Nihon Fukeiron* (1894) y Watsuji Tetsurō y su libro *Fūdo* (1935), a los que hice referencia en el capítulo anterior. Ambos destacan las formas "violentas" de la vida en occidente en contraste con la "armonía pacífica" del japonés a partir de determinismos geográficos. Eiichiro Ishida (1903-1968), un importante exponente de esta teoría basada en el determinismo geográfico, define la esencia de la cultura japonesa en el "sentido natural" (*shizensei*) que tienen los japoneses de manera innata por la naturaleza. Esta idea se apoya también en el cultivo del arroz que promueve el trabajo cooperativo, el sistema de familia, la lealtad grupal y la comunidad unida (1974).[14]

En *Nihon bunkaron* publicado como *Cultura japonesa: un estudio de sus orígenes y características*, Ishida identifica al cultivo del arroz o la "cultura agraria" como el elemento unificador de la cultura japonesa. En el periodo Nara, los japoneses desarrollaron una cultura homogénea aún cuando asimilaron algunos elementos extranjeros. Esta homogeneidad se explica a través de "su estabilidad debida al aislamiento" o "su pureza". Califica a los japoneses como "endógamos" al elegir a sus parejas dentro de la misma comunidad o aldea (*zokunai kon* o *naikon sei*), lo que provoca que la comunicación entre ellos es no verbal sino a través de métodos como *haragei* 腹芸 o lenguaje del abdomen e *ishin denshin* (Ishida, 1974:110-119).

La comunicación intercultural es un tema recurrente de la unicidad japonesa al enfatizar patrones de comunicación únicos del japonés como obstáculo para la comunicación con "los otros". Destacan análisis como el de Michihiro Matsumoto (1988)*, La forma no hablada. Haragei: Silencio en los negocios y en la sociedad japonesa,* que resalta la diferencia de la comunicación como "el último bastión de la unicidad japonesa" en el abdomen –*hara*-, donde se encuentra el coraje, la integridad, la pureza y los verdaderos sentimientos que no pueden ser analizados a través de una lógica mental sino sólo "experimentada" por una lógica del abdomen por lo que "los otros" son incapaces de

[14] "Lo que está en juego aquí no es la validez o no de la caracterización que hace Ishida de la cultura japonesa, sino la amplia aceptación de su concepto fundador de una 'cultura' orgánicamente integrada como una manera adecuada de analizar a la sociedad japonesa. La cuestión es crucial porque este concepto de cultura –muchas veces sin la discusión o la reflexión necesarias- se convirtió en la piedra angular de todo un género de textos en los años 60 y 70 sobre "teorías de lo japonés" (*nihonjinron*)" (Morris-Suzuki, 1998:86).

comprender a los japoneses. Considero que argumentos como éstos, más que permitir un acercamiento a la cultura japonesa, han creado obstáculos que alejan a Japón y a los japoneses de la comprensión de cualquiera no-japonés.

La forma "no lógica" y "no verbal" de comunicación del japonés es un aspecto que data del siglo XVIII cuando Motōri (1730-1801), mencionado en el capítulo anterior, hacía una comparación entre la racionalidad y la exuberancia del idioma chino y la intuición y emotividad del idioma japonés integradas en el concepto *mono no aware* –pátina o tristeza de las cosas-. Tanizaki Jun'ichirō (1886-1965) contrastó el lenguaje objetivo, racional y verbal de los extranjeros y el lenguaje subjetivo, emotivo y no verbal de los japoneses, que guarda estrecha relación con el consenso y la armonía de las relaciones interpersonales de los japoneses y el de la sociedad orientada hacia el grupo.

Por lo tanto, el lenguaje japonés es una de las dimensiones de análisis más acudidas a la hora de diferenciar a los japoneses del "Otro". Aida Yūji (1972) sostiene que los patrones japoneses de comunicación interpersonal se explican a través de antiguas condiciones ambientales y de modos de producción. Araki Hiroyuko (1975) adjudica la incomprensión del idioma japonés de aquellos no-japoneses a la composición de esta lengua, mezcla del llamado *yamato kotoba* (palabras puramente autóctonas) y *gairaigo* (palabras prestadas, ya sea del chino o de otras lenguas extranjeras). Los extranjeros sólo comprendern el *gairaigo*, mientras que el *yamato kotoba* al ser exclusivamente japonés, se encuentra fuera de su alcance, sin posible traducción. Tadanobu Tsunoda (1978), en *Nihonjin no Nō: Nō no Hataraki to Tōzai no Bunka* (El cerebro de los japoneses: funciones del cerebro y la cultura oriental y occidental), fue todavía más lejos al plantear que el idioma japonés difiere de los del resto debido a la diferencia en la estructura del cerebro que tienen los japoneses.

De esta forma se fue creando un metadiscurso accesible sólo para algunos y cada vez más mitificado para el resto con fines de promoción nacionalista. En mi opinión, la construccion de estas singularidades sólo han reforzado las barreras culturales entre Japón y el resto del mundo. Isaiah BenDasan en *Los japoneses y los judíos* (1972), cuyas ventas superaron la de todos los géneros, es considerado como el detonante del *nihonjinron* en esta década. BenDasan introduce el concepto del *nihonismo* o *japanismo* como forma de una religión secular cuyos principios no se encuentran codificados ni en palabras ni en leyes pues giran en torno a otro término ambivalente como *ningensei* o "*humanidad",*

fuente principal del valor moral entre los japoneses. Esta cualidad particular del *ningensei* hace a los japoneses ser extremadamente sensitivos a la interacción social y a las relaciones humanas en general.

Kunihiro Masao (1976) basa su análisis en el concepto *junketsushugi* o pureza de la sangre para explicar la identidad japonesa y las dificultades de la comunicación intercultural a partir de la idea de que sólo una persona de raza japonesa puede ser capaz de entender lo intrincado, delicado y sofisticado del idioma japonés. En el mismo sentido, Watanabe Shōichi (1974), afirma que el espíritu del lenguaje japonés y su expresión poética sólo puede ser transmitida genéticamente.

Algunos estudiosos atribuyen las características de la identidad japonesa, su lenguaje o la unicidad del japonés a variables físicas como su naturaleza racial. La creación de la cualidad "uniracial" -*tan'itsu minzoku*- del japonés le ha otorgado características como la homogeneidad y ser un grupo racial único y distinto. En estas teorías de identidad racial, minorías como los coreanos, los chinos y los *ainus*, no son tomadas en consideración. Entre los promotores de la identidad racial se encuentra Masuda Yoshio (1967), que atribuye a los japoneses características como la armonía, la conformidad y el consenso a partir de la idea de la pureza y la homogeneidad racial. Con este determinismo genético se apoya la imagen de la nación-familia con origen divino, con el emperador como padre de la gran familia y una clara distinción entre "ellos" y "nosotros" que sustentó la identidad étnica y la unicidad japonesas.

De esta forma, durante los años 70 y 80 los aspectos geográficos y raciales, el idioma, la cultura, los valores sociales y la propia nación japonesa fueron utilizados repetida y de manera indistinta e intercambiable en la construcción del discurso de la unicidad japonesa. Desde esta forma, el *nihonjinron*, en su intento de definir la especificidad de la identidad japonesa ha dispuesto de la cultura histórica eligiendo aquello que le es útil de documentos clásicos, material folclórico, crónicas históricas, noticias de actualidad, diccionarios de usos del japonés, investigaciones académicas, etc.

Según Dale (1986), el *nihonjinron* se caracteriza por tres principales motivaciones analíticas: 1) se asume que los japoneses constituyen una entidad social, cultural y socialmente homogénea cuya esencia es virtualmente inmutable desde tiempos prehistóricos hasta la actualidad; 2) presupone que los japoneses difieren radicalmente de

cualquier otra raza; y, 3) es conscientemente nacionalista desplegando una hostilidad conceptual y procesal a cualquier forma de análisis que venga del exterior o de fuentes no japonesas.

Diversos estudios han analizado el papel de la educación como promotora y difusora del nacionalismo japonés. Yoshino (1992) parte de la hipótesis de que el nacionalismo cultural es un proceso dual por el que los intelectuales o *las elites pensantes* formulan ideas acerca de los rasgos nacionales distintivos y *la inteligencia*, educadores y empresarios, responde a tales ideas a través de su difusión. Tras entrevistar a educadores y empresarios llegó a la conclusión de que un número significativamente mayor de empresarios que de educadores (75% de empresarios en comparación con 28.6% de educadores), muestran una actitud proactiva frente a este tipo de literatura.

Con base en las entrevistas que realicé en Japón me percaté que la relación entre la academia y las empresas era casi nula. El profesor Tsunekawa me comentó que no existen programas definidos de investigación y de vinculación entre la academia y las empresas pues éstas cuentan con sus propios centros de investigación aplicada a la mejora de sus productos y no recurren a los centros de estudio o a las universidades. Tsunekawa y Nakamura sostenían que los profesores se han convertido en un "*sarariman*" más en espera de su paga mensual y su jubilación sin el menor interés por generar un cambio social, ni elevar el nivel de discusión. El profesor Abo mencionó que los libros que él publica se leen y se discuten más en el extranjero que en Japón.

El interés de los empresarios en las ideas expuestas a través del *nihonjinron* se puede apreciar en el consumo que hacen de este tipo de literatura pues ésta les permite sistematizar sus ideas acerca de las diferencias culturales japonesas que después son repetidas a empresarios extranjeros con los que tienen que tratar. En otras palabras, la empresa es considerada en el *nihonjinron* como el contexto social idóneo en el cual los aspectos culturales japoneses son exteriorizados. Otro de los promotores importantes del *nihonjinron* son los medios de comunicación que basados en la literatura de este género difunden ampliamente sus ideas.

3.2. El papel de los empresarios en la construcción y difusión de teorías sobre el grupismo, la unicidad cultural japonesa y la identidad nacional (1970-1990)

Es importante destacar el papel del empresario como reproductor y creador de ideas acerca de "lo japonés" ya que en esta tarea el empresario interpreta las teorías académicas sobre la sociedad japonesa con base en su propia experiencia, las plantea con sus propias palabras y las difunde con intereses específicos, conscientes o inconscientes. Estas teorías tienen gran influencia sobre la sociedad ya que son muy valoradas por los lectores japoneses que ven reflejadas en este tipo de aportaciones, no sólo las ideas de los académicos sino sobre todo la experiencia directa del "mundo real" de los empresarios.

Por ello, reconocidos empresarios publican libros sobre sus experiencias analizando aspectos como el estilo empresarial japonés, las prácticas de empleo, las relaciones financieras e industriales y las negociaciones con empresarios de otros países del mundo. Uno de los más reconocidos, tanto en Japón como en el exterior, es Akio Morita (1986) expresidente de la empresa Sony. Su libro *Hecho en Japón* hace referencia a las particularidades culturales del SEJ como la toma de decisiones en grupo, la importancia de valores como el consenso y la armonía, la empresa como una gran familia o la lealtad y el paternalismo como mancuerna inseparable de las empresas japonesas. El objetivo final de este libro consistía en explicar las diferencias en las prácticas empresariales de Japón y los EE.UU., enfrascados en esos años en fuertes disputas comerciales.

Morita enfatiza la importancia de construir una relación de familia con los empleados bajo la premisa de que "comparten el mismo destino". Esta filosofía, según el autor, permitió a Sony trabajar en armonía, inclusive con el sindicato, hecho fundamental para su notable crecimiento en el mundo. Morita dedica un capítulo a la relación comercial entre Japón y los EE.UU. afirmando que el problema de los estadounidenses es el exagerado ambiente legalista que existe en los negocios donde todo esta normado debido a la desconfianza que hay entre ellos. En Japón en cambio, la confianza mutua permite sostener acuerdos sin un marco legal tan opresivo y rígido. Esta posición me recuerda la que sostenían los empresarios de los años veinte en Japón cuando se proclamaba la idea de "las bellas costumbres" frente a la necesidad de firmar contratos.

Morita sostenía también que las empresas de los EE.UU. sólo estaban interesadas en obtener ganancias lo más pronto posible sin preocuparse por el bienestar de sus empleados. Mientras que las empresas japonesas apostaban por el largo plazo y por el colectivismo; las empresas estadounidenses lo hacían por el corto plazo y el

individualismo. Este libro se publicó en los años 80 y registró ventas millonarias en un momento en el que Japón era "El Número Uno".

En este contexto, las empresas publicaron diversos libros de bolsillo para "uso práctico" de japoneses y extranjeros acerca de aspectos empresariales y culturales de la sociedad japonesa con el objetivo explícito de "facilitar la comunicación intercultural entre Japón y el resto del mundo". Entre éstos destacan*: Glosario de negocios japoneses* (1983) de Mitsubishi Corporation; *Nippon: Su tierra y su gente* (1984) de Nippon Steel Corporation; *Diálogos prácticos interculturales de Toshiba* (1985) de Toshiba Co.; *Habilidades en la negociación transcultural* (1987) de Nisshō Iwai Corporation; y *El japonés escrutable* (1988) de Taiyō Kōbe Bank Ltd., entre otros (Yoshino, 1992). Creo que ello comprueba que las compañías juegan un papel muy activo en la construcción y difusión del *nihonjinron* como agentes de socialización de los valores nacionales.

En *Nippon: su tierra y su gente* (1984) el objetivo era explicar a los extranjeros las características de Japón y los japoneses como su tendencia a trabajar mucho, a evitar todo tipo de fricciones privilegiando la armonía (*wa*), su preocupación por los demás, la importancia de la jerarquía y las relaciones verticales y su convencimiento de no tratar de conquistar a la naturaleza. Sobre el desarrollo de la conciencia de grupo en Japón esta obra refiere su origen al cultivo del arroz que exigía el trabajo comunitario y el sentimiento de cooperación y pertenencia al grupo. Este sentimiento se vio reforzado por el aislamiento de Japón durante la era Tokugawa y por la homogeneidad del pueblo japonés. Destacan los principios confucianos de familia trasladados al sentimiento de pertenencia del trabajador a la empresa (Nippon Steel:322-329). Por su origen, contenido y manejo de la cultura japonesa como explicación esencial del desarrollo económico de Japón, este libro es considerado un clásico del género *nihonjinron*.

En el Japón industrial de los años 70 y 80 el grupo adquiere el significado central que caracteriza a la organización empresarial japonesa de finales del siglo XX. La idea del grupo es la base sobre la que se construyó el soporte del SEJ de la posguerra. Hamaguchi introduce conceptos como *kanjinshugi*, -interpersonalismo o contextualismo-, que buscan transcender el dualismo metodológico del individuo versus el grupo, producto del proceso de modernización occidental y no del japonés. Mientras el individualismo es egocentrista, con confianza en sí mismo y con las relaciones humanas como un medio; *kanjinshugi* es definido como de dependencia y confianza mutua y como una relación humana en sí

misma. La noción del grupo que implica la influencia unilateral del grupo sobre el individuo es sustituida por el valor de las relaciones interpersonales en un sistema social armonioso que vela por "el bien común" (Hamaguchi, 1980, citado en Yoshino, 1992).

Como lo mencioné, si bien el florecimiento del concepto de grupo puede ubicarse a partir de los años 70, la creación de grupos al interior de las empresas se inició en el contexto de los conflictos laborales de los años 50. Un ejemplo de ello fueron los círculos de control de calidad (品質管理サークル-*Hinshitsu Kanri Sākuru*) y la iniciativa "cero defectos" (欠陥ゼロ-*Kekkan Zero)*, impulsados por la Unión de Científicos e Ingenieros de Japón (日本科学技術者連合会 - *Nihon Kagaku Gijutsusha Rengōkai*), y la Asociación para la Eficiencia de Japón (日本能率協会-*Nihon Nōritsu Kyōkai*). Los círculos de control de calidad surgieron en Japón tras una serie de conferencias que William E. Deming dictó en diversas empresas japonesas sobre la importancia del control estadístico de la calidad. Esta idea que Deming había impulsado en su país, los EE.UU., no tuvo eco como en Japón donde se convirtió en una importante estrategia para el desarrollo empresarial.[15] La conciencia de grupo no sólo se afianzaba sino que daba como resultado calidad en los productos y servicios y en el aumento de la productividad nacional.

A finales de los años 50 se experimentó en Japón otra innovación que reforzó los lazos de grupo y de solidaridad entre los trabajadores: la rotación del trabajo. El objetivo de esta iniciativa era reducir los niveles de aburrimiento y alienación entre los trabajadores y sobre todo tener siempre el personal necesario para realizar cualquier trabajo a pesar de la ausencia de algunos. Crear “generalistas” más que especialistas. Otra medida innovadora que buscaba crear un mejor ambiente de trabajo, más democrático y armonioso fue la abolición de categorías separadas entre los trabajadores de "cuello blanco" (*shokuin*) y los de "cuello azul" (*kōin*).

Con este tipo de iniciativas la construcción del concepto de *la sociedad centrada en la empresa* fue siendo cada vez más una realidad. Para garantizarlo como un proyecto de

[15] En 1963, la Unión de Científicos e Ingenieros de Japón comenzó a registrar a todos los círculos de control de calidad, los cuales fueron ascendiendo de manera incremental: de 1965 a 1968 se registraron de 2 mil a 5 mil nuevos grupos cada año; de 1969 a 1972 esta cifra se incrementó a 10 mil por año y de 1977 a 1984 se contabilizaron 30 mil nuevos grupos anualmente. A finales de los años 80, más de dos millones de hombres y mujeres en Japón se habían registrado en un total de 260 mil círculos de control de calidad (Gordon, 1998).

largo plazo se acudió a la educación como el medio de reproducción más seguro. En 1962 se publicó el reporte del *Consejo Asesor Económico*, órgano del gobierno en el que participaban los principales líderes empresariales donde se propuso la escolarización a través de dos vías: una que preparara al 3% de los más brillantes estudiantes que al terminar la universidad se incorporaran a altos puestos en las empresas; y otra para el resto de los estudiantes que fueran preparados en competencias básicas que les permitieran integrarse rápidamente a un trabajo con estándares de calidad aceptables y con el reforzamiento de valores como el de la cooperación y el trabajo en equipo (Gordon, 1998).

El establecimiento de estas dos vías de escolarización dio origen a lo que se conoce como "el infierno de los exámenes" que si bien encuentra su clímax en el ingreso a la universidad, se inicia desde la primaria. La competencia que se da entre los estudiantes por ser los mejores y así asegurar su futuro se extiende al trabajo. Este hecho obliga a las madres de familia a hacer suya la responsabilidad de lograr que su hijo ingrese al mejor colegio posible, por lo que una parte importante del ingreso familiar se destina a los cursos privados de regularización y al mejoramiento del desempeño escolar de los hijos. "La familia es el lugar de intersección entre la educación, el bienestar social y las políticas laborales" (Gordon, 1998:177).

Como lo he destacado, la participación de la mujer en la creación de *la sociedad centrada en la empresa* fue fundamental. La hegemonía de las empresas descansaba en la presunción de que las mujeres se hacían cargo del hogar y los hombres del trabajo.[16] Si bien en 1985 se promulgó la Ley de Equidad en las Oportunidades de Empleo, en la práctica se continuó empleando a las mujeres en trabajos de medio tiempo y sólo en algunas excepciones ocuparon puestos directivos. Se estima que sólo entre el 40% y el 60% de las mujeres empleadas en grandes empresas gozaban del empleo de por vida (Sethi, et al., 1984). En cuanto a los hombres, bajo el esquema de *la sociedad centrada en la empresa*, se convirtieron en los años 80 en los que más trabajaban en el mundo con una tasa anual de 2100 horas por persona. Con la recesión de los años 90, esta cifra

[16] En 1955, sólo una quinta parte de las mujeres en Japón tenían un empleo. En los años 60, a la mayoría de las mujeres se les solicitó "retirarse" para casarse, para 1975 más de la mitad de las mujeres "retiradas" ya se habían casado. En una encuesta realizada en 1987, el 75% de las mujeres encuestadas opinaban que era correcto dejar de trabajar de manera permanente o temporal mientras los hijos estuvieran jóvenes (Gordon, 1988).

disminuyó oficialmente a 1920 horas. En la actualidad se han registrado "muertes por trabajo" o *karōshi*.

La construcción del concepto *la sociedad centrada en la empresa* encontró condiciones propicias durante los años de posguerra para establecerse de manera sólida y exitosa en Japón. Y aunque en los años 60 y 70 se registraron movimientos de protesta en Japón como parte de una ola mundial de conflictos políticos, éstos no escalaron como para ser consideradas amenazas serias a la estabilidad nacional. Entre estos movimientos estaba el de los estudiantes que en 1968 y 1969 protestaron en contra de los exámenes de ingreso a la universidad y en especial contra la Universidad de Tokio y su naturaleza elitista. Con la crisis del petróleo en 1973, la llamada Ofensiva de Primavera de 1974 y 1975 que abogaba por el aumento del salario, convocó a más de un millón de empleados del sector público que proclamaban por "huelgas por el derecho a la huelga". Este movimiento no tuvo éxito ya que no contó con el apoyo de la población debido a las campañas en los medios de comunicación en donde se les calificaba como movimientos egoístas que buscaban beneficios personales en momentos de crisis nacional.

A mediados de los años 80, en el pináculo del éxito del "tradicional SEJ" (*Nihongata keiei*), hasta entonces calificado como particular y con características únicas, se pasó a una nueva fase que promovía su "universalización" como modelo exportable a otros países. En este contexto, cuando comenzó a discutirse en Japón y en otros países la posibilidad de apropiarse del modelo empresarial japonés como alternativa de modelo industrial, la elite japonesa comenzó a cambiar el énfasis de los aspectos "particulares" de la cultura japonesa hacia una visión de aquellos aspectos "universales" que podían ser transferidos a otras culturas. El concepto de "SEJ" pasó a ser "sistema empresarial estilo japonés" con fines de exportación a diversos países del mundo. Una vez más la flexibilidad del *nihonjinron* mostró su efectividad. Las prácticas orientadas al grupo identificadas como aspectos japoneses exclusivos como el proceso de toma de decisiones, los sistemas de trabajo en equipo, los círculos de control de calidad, entre otros, eran ahora aspectos culturales "exportables".

Existen diversas experiencias en el mundo que han demostrado ser exitosas en la adaptación híbrida del SEJ como las de Nissan y Mitsubishi Elevator en México que en opinión de Onuma, Takaoka, Takeshi Sakurada, Kanematsu, Ishida y Tabuchi, directivos en dichas empresas en el año de 1997, son casos emblemáticos de éxito en el mundo.

Algunos de los entrevistados aceptaban esta categoría universal de la cultura japonesa al no considerarla un impedimento para su adaptación en otros países partiendo de la premisa de que "todos los seres humanos somos iguales". No obstante, cuando hacían referencia específica a las prácticas japonesas que habían sido exportadas mencionaban prácticas como el comedor general en el que trabajadores y directivos compartían la mesa, el ejercicio matutino en grupo y la distribución del espacio en la oficina sin distinción alguna de jerarquías.

Shigenobu Uchikawa de la empresa Toyota Motor Corporation comentó que existen diversos sistemas empresariales "Toyota" ya que cada uno de ellos se adapta a la cultura de cada país. La intención de Toyota es crear más que una empresa que sea identificada con Japón, una empresa que refleje una imagen global sin fronteras. Con el fin de adaptarse a las nuevas condiciones, Toyota ha ido cambiando de manera gradual su sistema de salario por antigüedad y partir de 1997, cambió al sistema norteamericano en el que el salario se establece a partir del mérito. En un principio este hecho repercutió "negativamente" en la armonía al interior de la empresa. Hoy día, sin duda, Toyota es considerada una empresa japonesa global que ha adaptado sus prácticas a los contextos locales donde se establece.

Takeshi Sakurada, entonces director general de *Mitsubishi Electrics Techno-Service,* y una de las personas que mayor tiempo y atención le dedicó a esta investigación, hizo una detallada exposición acerca de las ventajas y desventajas del SEJ. Mencionó como méritos del sistema: la estabilidad del empleo y de los trabajadores; la diferencia entre las clases sociales no se ensancha gracias al sistema de salarios; la tensión y la competencia al interior de la empresa son mínimas; hay garantías de vida para el individuo y su familia; y destacó como cualidades principales del sistema, su flexibilidad y su capacidad de adaptación a cada nueva circunstancia. Como defectos del sistema mencionó: el desarrollo de la empresa está por encima de la autorealización del individuo; no se fomenta, ni se premia la creatividad; es una organización fija, cerrada, al igual que el mercado; la intervención y la guía gubernamental y las reglamentaciones son muy rígidas.

A partir de los años 80 cuando el éxito económico de Japón en el mundo era indiscutible, el *nihonjinron* propagó la idea de que éste representaba una victoria moral y cultural de los japoneses. Como ideología de las clases dominantes, particularmente de las grandes empresas y de algunos líderes empresariales, la idea de una sociedad homogénea que se

considera parte de la clase media y en armonía, omitía convenientemente la idea de la heterogeneidad, la existencia de clases sociales y el conflicto. Desde la perspectiva del *nihonjinron,* visto como un intento de reconstruir la identidad nacional amenazada por la occidentalización y la rápida industrialización experimentada por los japoneses, este proceso buscó nuevamente fijar fronteras claras entre el "nosotros" y el "ellos" y mantener un sentido de continuidad histórica con las tradiciones de Japón.

Por ello, la alusión a los aspectos culturales característicos de los japoneses parte de la premisa de que éstos son inmutables y permanentes, al igual que la sociedad misma. Por lo tanto, como instrumento ideológico el *nihonjinron* ha sido muy conveniente a los empresarios al permitir establecer valores culturales específicos congruentes con los valores e intereses de la clase dominante. En este sentido, algunos identifican al *nihonjinron* como salvador de la identidad japonesa amenazada por la occidentalización del japonés; otros adjudican su aparición a la necesidad de tener una explicación cultural del éxito económico japonés; y, otros más, la consideran una ideología creada por la clase en el poder como medio de control social. Ninguna de estas consideraciones excluye a las otras. A continuación analizaré la participación estratégica del gobierno en el diseño, difusión e implementación de las ideas promovidas por el *nihonjinron* con el fin de facilitar los proyectos nacionales para el desarrollo económico de Japón.

3.3. El papel del gobierno en la construcción y difusión de teorías sobre el grupismo, la unicidad cultural japonesa y la identidad nacional (1970-1990).

Una de las características determinantes del modelo de desarrollo japonés fue el papel preponderante del gobierno nacional en la vida económica del Japón de la posguerra. La definición de una política industrial de Estado, trazada en gran medida desde el Ministerio de Industria y Comercio Internacional e implementada en colaboración con las grandes empresas, proporcionó un plan estratégico y una orientación central para el ascenso industrial y financiero del país. En este marco de ideas destaco la influencia ejercida por la clase gobernante en la creación y difusión del *nihonjinron* en Japón con fines de promoción del desarrollo económico nacional.

En este sentido, el más importante promotor gubernamental de la época fue el Primer Ministro Masayoshi Ōhira, quien a través de un estudio realizado por un grupo de

analistas designados por él[17], promovió la construcción de un discurso para la nueva circunstancia de bonanza que vivía Japón. Anunciaba para el siglo XXI el advenimiento de una nueva "era de la cultura" –*Bunka no Jidai*-, en la que habría que "conquistar lo moderno" haciendo referencia a la época de posguerra, para ingresar en una nueva etapa espiritual y cultural. La justificación histórica del discurso de Ōhira se construía de la siguiente manera: de 1885 a 1900 se establecía la instalación del marco político para la modernización de Japón; de 1900 a 1915 se registraba la formación del capitalismo; de 1915 a 1930 surgía una época de la cultura –la cultura *Taishō*-, en la cual florecía el movimiento democrático; de 1930 a 1945, se originaba una época de conflicto que llevaba a la guerra; de 1945 a 1960 se ubicaba la "era de la política", representada por el primer ministro Yoshida Shigeru que restableció la infraestructura política para el progreso posterior de Japón; y de 1960 a finales de la década de los 70 se inicia la "era de la economía", inaugurada por el gabinete Ikeda y continuada por Sato, en la que se registra el rápido crecimiento económico de la nación. Con las necesidades económicas resueltas, los japoneses entraban a una nueva era en la que "los frutos del espíritu y la cultura" podían alcanzarse: "la era de la cultura".

En esta "nueva era" se buscaba promover la revitalización de aquellos valores culturales que estuvieran asociados con el buen desempeño empresarial de Japón. Así, en los *Informes de las Oficinas de Investigación de Políticas del Gabinete de Ōhira, Administración Económica de la Era de la Cultura*, se resume:

> A diferencia de las sociedades occidentales que se basan en 'el individuo" o en 'uno mismo', la característica básica de la cultura japonesa es que como lo muestra la palabra *ningen*, ésta valora 'la relación entre personas' -*hito to hito no aidagara*- . Al examinar de cerca la cultura japonesa descubrimos que esta característica básica penetra y actúa como fundamento de vida en el trabajo y en el sistema económico de Japón. Más que fomentar una intensa competencia entre los individuos, la economía japonesa depende de 'grupos colegiales' -*nakama shūdan*-, que se basan en diversas relaciones creadas en y entre las empresas. Esto da origen a un fenómeno de dependencia -*amae*- que es inducido por la mutua confianza -*motareai*- entre las personas. En algunos casos, este tipo de relación puede ser en detrimento de 'la libertad' y 'la competencia' e incluye muchos

[17] Ver *Reports of the Policy Research Bureaus of the Oohira Cabinet, Economic Administration of the Age of Culture*, Tokio, 1980, citado en Masao y Harootunian, 1989:63-92.

aspectos no deseables. Sin embargo, la economía japonesa, la cual se ejemplifica en la palabra *ningen*, es el modelo que las sociedades occidentales están comenzando a emular (citado en Pyle, 1982:231-232).

Yasuhiro Nakasone fue Primer Ministro de Japón de noviembre de 1982 a noviembre de 1987 durante la época dorada de la economía japonesa en la que Japón era visto "como el número uno" y como modelo a emular en varios países del mundo. En este contexto, Nakasone impulsó una amplia campaña nacional de internacionalización del Japón (*kokusaika*), que incluyó a varios sectores de la población, principalmente a los educadores y empresarios. Esta campaña presentaba como uno de sus principales pilares ideológicos la consigna de un Japón que ya había terminado de "importar" los conocimientos que necesitaba y que iniciaba una era en la que debería "exportar" su cultura a otros países del mundo. La intervención del gobierno en el logro de esta tarea fue determinante. Se creó en Kioto *Nichibunken* (*The International Research Center for Japanese Studies*) para investigar acerca del origen y desarrollo de la cultura japonesa. Sus investigaciones contribuyeron de manera importante al género *nihonjinron*.

A mediados de los años 80, paralelamente a la campaña de internacionalización, Hatsuse Ryūhei (1985), académico de la Universidad de Kobe, acuñó el concepto "internacionalismo interno" (*uchi naru kokusaika*) que hacía referencia a las influencias globales que alteraban los valores y la naturaleza de la sociedad japonesa. Una era el aumento de inmigrantes en Japón, sobre todo de otros países de Asia, que habían transformado de manera gradual la composición de la sociedad japonesa que ya no podía considerarse como "homogénea". Esta nueva diversidad era vista como un elemento potencialmente desestabilizador a la armonía existente. Ello nos refiere a las reflexiones de Anderson sobre el nacionalismo, cuando señala que el estado es capaz de movilizar sus recursos con el fin de "construir" una comunidad imaginaria alrededor de él mismo, así como formas alternativas de "nacionalismo oficial" entre la gente con el fin de alcanzar objetivos concretos que en el caso de Japón ha sido la promoción del crecimiento económico (Anderson, 1983).

3.4. Difusión y reproducción del nihonjinron por autores no japoneses

Las ideas producidas y reproducidas por el gobierno, las empresas y los empresarios japoneses, tuvieron un importante eco en otros países del mundo. A partir de ellas se

publicaron en el extranjero un gran número de publicaciones que difundieron las imágenes de Japón y los japoneses en el contexto del milagro japonés reforzando al género *nihonjinron*. Como lo he comentado en párrafos anteriores, si bien el *boom* de este tipo de literatura se dio en los años 70 y 80, los antecedentes habría que ubicarlos desde las décadas de los 50 y 60 cuando se inició el fenómeno conocido como el "milagro económico japonés" cuyo paradigma creado en estos años es descrito como "lecciones del crecimiento económico japonés". Esta corriente de pensamiento enfatizaba el papel del gobierno representado por una burocracia eficiente, un fuerte sentido de identidad nacional, el alto nivel educativo de los japoneses, la orientación paternalista detrás de la noción de cooperación en las relaciones laborales y de consenso en la toma de decisiones y el desarrollo de una ética del trabajo sustentada en valores tradicionales.

Uno de los estudios que mayor influencia tuvo en esta época fue el de James C. Abbeglen, *La fábrica japonesa* (1958), donde se destacan las diferencias entre las prácticas industriales de Occidente y Japón. El SEJ tiene características feudales que en combinación con el sistema de producción tecnológico importado de los países occidentales lograron el éxito. Su fundamento es la concepción de familia que existe al interior de las empresas. Abbeglen fue uno de los primeros autores en identificar al salario por antigüedad y al empleo de por vida como características esenciales del SEJ. Bellah (1957) aportó el valor de "la ética de trabajo" de la cultura japonesa identificada en un marco religioso.

Si bien en el periodo mencionado prevaleció un solo paradigma, los estudios sobre la economía japonesa en las décadas de los 70 y 80 se distinguieron por una variedad de categorías. El área de estudio más exitosa fue el modelo empresarial que fue objeto de escrutinio en diversos países generándo corrientes que iban desde "el aprender de Japón" hasta teorías sobre "la gran conspiración japonesa" (Vogel, 1979; Wolferen, 1989). Vogel resalta las bondades de las prácticas empresariales japonesas y concluye que los norteamericanos deben aprender de Japón porque comparten muchas similitudes, incluyendo la experiencia grupal que en los EE.UU. se desarrolla a través de las asociaciones de voluntarios.

Vogel menciona como características distintivas del "Japón como Número Uno": el empleo permanente; el salario por antigüedad; reclutamiento directo de las escuelas con entrenamiento en la empresa valorando la capacidad de congeniar con los demás sobre el

de la creatividad; ceremonias y rituales para fomentar el sentido de identificación con el grupo y de amor a la empresa; rotación para asegurar una amplia exposición del trabajador; minimización de la competencia y énfasis de la cooperación entre los compañeros; administración de abajo hacia arriba; preocupación de la empresa por el individuo y su familia; pensión de retiro, créditos de vivienda, dormitorios, gimnasios y otro tipo de actividades y ceremonias. A cambio de estos beneficios el empleado es leal a la empresa y le retribuye realizando su trabajo con orgullo y eficacia. Resulta relevante que Vogel no caracteriza estos atributos como parte del ser japonés sino a las prácticas laborales y los beneficios individuales y familiares que fomentan en los trabajadores el sentido de pertenencia y de orgullo en su trabajo (Vogel, 1979).

En los años 80 dos estudios marcaron las pautas del interés sobre Japón: *Teoría Z* de Ouchi (1981) y *El arte de la administración japonesa* de Pascale y Athos (1981). Ambos sugerían la necesidad de que el sistema empresarial norteamericano debía aprender del japonés impulsando la corriente "*Aprender de Japón*" de Vogel. Los estudios que promovían esta corriente se centraron en las prácticas de empleo, en las características del SEJ y en las posibilidades de transferir el modelo a sociedades occidentales como los EE.UU. Entre los estudios más importantes de esta corriente pueden mencionarse: Ronald Dore (1973), *Fábrica británica-fabrica japonesa: los origenes de la diversidad nacional en las relaciones industriales*; William G. Ouchi (1981), *Teoría Z: cómo los negocios estadounidenses pueden enfrentar el desafío japonés*; Richard T. Pascale y Anthony G. Athos (1981), *El arte de la gestion japonesa: solicitudes para ejecutivos estadounidenses*; Frank Gibney (1982), *Milagro por diseño*, entre otros.

Clark en *La tribu japonesa: Origenes de la singularidad de una nación* califica a la sociedad japonesa como un anacronismo que ha mantenido su carácter tribal hasta el presente basado en el grupo como valor central. Drucker (1971), otro pionero de esta ola de escepticismo sobre la exaltación del proceso económico japonés, critica *Lo que podemos aprender sobre la administración japonesa*. Gordon (1998, 1998b) plantea que la experiencia japonesa en el desarrollo de su capitalismo tardío, si bien presenta características particulares, debe analizarse desde una perspectiva del desarrollo global pues tiene más aspectos similares a otros países que rasgos excepcionales. Así, mientras algunos analistas no japoneses destacaban los factores culturales del éxito económico de Japón; otros resaltaban los aspectos negativos considerando la lealtad a la empresa como servilismo, la cooperación en grupo como sacrificio personal del individuo y a toda

característica "única" como sentimiento de superioridad y soberbia de la cultura japonesa. Ambas perspectivas partían de aspectos culturales que no se transforman en el tiempo por lo que al igual que los promotores del *nihonjinron*, caracterizaron a la sociedad japonesa como un objeto de estudio estático e inmutable a lo largo de la historia lo que contribuyó al reforzamiento de imágenes falsas y estereotipos sobre el SEJ y los japoneses.

3.5. El inicio del fin del *nihonjinron* como ideología del sistema empresarial japonés (1990)

Como lo he mencionado en capítulos anteriores, no todos los estudiosos que enfatizan las características "únicas" de los japoneses y de Japón son promotores del *nihonjinron.* Hay un número importante de académicos (Whitehill y Takezawa, 1968; Cole, 1971; Rohlen, 1974; Marsh y Mannari, 1977; Befu, 1980b, 1992, 1997 y 2001; Mouer y Sugimoto, 1986; Yoshino, 1992), que han hecho severas críticas al *nihonjinron*, al grupismo y a los intentos de mitificar al SEJ alertando sobre los peligros de continuar en ese camino. Befu ha sido un crítico destacado que hizo una aportación muy valiosa a mi trabajo de investigación con sus comentarios y obsevaciones al mismo. En su trabajo *Una crítica al modelo de grupo de la sociedad japonesa* (1980), identifica las dimensiones de este modelo que son cuestionables:

- *El mito de la eterna armonía interna*: se crea con la noción asumida de armonía innata de la sociedad japonesa a partir de la estructura de grupo en la que todos actúan de manera desinteresada con el fin de mantenerla. Este mito niega la existencia del conflicto y de la competencia.
- *Negligencia paternalista*: Los abusos de los superiores a sus subordinados han quedado registrados en la historia de Japón en un sinnúmero de casos que datan de la época Tokugawa hasta el fin de la Segunda Guerra Mundial. La idea del paternalismo empresarial fue una respuesta a esos años de conflicto laboral a través del empleo de por vida y el salario por antigüedad. No obstante, su institucionalización fue a inicios de la época moderna y trajo consigo otras condiciones laborales como el trabajo excesivo y la jubilación temprana.
- *Devoción a la empresa y el movimiento laboral*: destaca el sindicato al interior de las empresas por el que se difunde la idea de que este tipo de uniones gremiales comparten el destino de la empresa como suyo y hacen demandas que sean

razonables para las dos partes. En la realidad ocurren un número importante de desavenencias y de sanciones a quienes inician los conflictos y son rezagados de la empresa sin derecho a promociones.

- *El empleado no tan leal*: Algunos estudios de campo realizados entre empleados japoneses confirmaron que no son tan leales como predica el modelo empresarial japonés (Whitehill y Takezawa, 1968; Cole, 1971 y Marsh y Mannari, 1977); por el contrario, como en cualquier otra empresa del mundo, se guían por el interés personal y comparten "el destino único" con la empresa sólo si les es favorable.
- *Nacionalismo como ideología*: La noción de Japón como una familia única y armoniosa se gestó durante los años de modernización del país (Gluck, 1985) y se fue sofisticando durante los años de guerra en los que la "ingeniería del nacionalismo" impulsó la idea de "la nación como un grupo" para fortalecer el control del Estado. Esta idea fue trasladada a la empresa con los mismos propósitos de control. Esta noción de Japón como una sola familia no se sostiene con la identificación entre los habitantes del norte del país con los del sur y sí niega las diferencias que existen al interior de la nación.
- *Clases sociales en Japón*: aquellos que apoyan el modelo de grupo sostienen que la dimensión de las clases sociales como variable de análisis no permite comprender la estratificación del país. En los años 80, alrededor del 90% de los japoneses se consideraban parte de la clase media. Esta idea asumida de la ausencia de clases sociales responde a la necesidad de negar todo tipo de conflicto en el marco de la mítica nación armoniosa. Una prueba fehaciente de que sí existen las clases sociales en Japón son los conceptos que hacen referencian a éstas y a la noción de jerarquías: *joryu shakai, chukan kaikyu, kaso shakai* y *shakai no teiheri*.
- *Relaciones entre grupos*: el modelo de grupo sólo explica las relaciones que se dan en su interior o entre grupos del mismo grupo y es incapaz de explicar las relaciones entre grupos diferentes.
- *El autoconcepto del individuo*: basándose en los casos de los soldados Yokoi y Onoda que permanecieron ocultos por dos décadas después de la Segunda Guerra Mundial, Befu se pregunta si su actitud se debió a su lealtad al Emperador como se hizo creer o al espíritu (*seishin*), propio de los soldados. Este tipo de experiencias individuales excepcionales no pueden ser explicadas por el modelo

de grupo, aunque en mi opinión su excepcionalidad tampoco permite generalizar su análisis en el marco del modelo de grupo o del individuo.

- *La falla al distinguir la ideología de la conducta*: La tenue separación que existe entre la ideología y el comportamiento (el deber ser), genera la conveniente confusión que aprovecha la ideología del *nihonjinron* para generar una conducta prescriptiva del "deber ser" del japonés.
- *Los conceptos de "tatemae" y "honne" y el nivel de análisis ideológico*: el primero refiere a lo socialmente aceptado y el segundo a lo que uno en realidad piensa. Si bien *tatemae* podría relacionarse con "el deber ser", *honne* podría ser un proceso de pensamiento interno del individuo por lo que es ignorado por el *nihonjinron*.
- *Muestras del nihonjinron:* el modelo de grupo representa sólo a una parte del género masculino que trabaja en empresas grandes y elimina a las mujeres y a los trabajadores de las empresas pequeñas y medianas. Otra característica del modelo es su atemporalidad pues no queda claro si se refiere al Japón tradicional, moderno o, como sugiere Nakane, a la sociedad japonesa de cualquier época.
- *Motivación del individuo en el modelo de grupo:* dado que la motivación esencial del individuo es la lealtad hacia el grupo, éste es reducido a parecer un autómata sin libertad de decisión actuando sólo para satisfacer las demandas y las normas del grupo, una visión corta, alejada de la realidad y peligrosa.

Otro de los analistas críticos es Odaka que en *La administración japonesa: un análisis prospectivo* (1986), aclara que si bien en 1965 defendía al SEJ, 20 años después su visión dio un giro de 180°. Este cambio radical obedece a que la construcción de mitos sobre el SEJ había escalado a una situación peligrosa para Japón que con el fin de resaltar lo bueno del sistema, escondía lo negativo y negaba toda posibilidad de corrección y mejoramiento del sistema. Su intención era contribuir a la revitalización del SEJ a través de propuestas concretas pues el peligro de exagerar lo mitos y creérselos no representaba sólo un peligro para los empresarios japoneses, "es el empleo japonés y, sobre todo la nación en sí misma, los que se verán afectados si el sistema empresarial se mantiene sin reformas" (Odaka, 1986:10).

Su trabajo fue fundamental para mi investigación ya que a la distancia Odaka confirmó que la exaltación de los mitos sobre el SEJ y la economía obnubilaron la visión y el reconocimiento de lo que estaba mal. Ello contribuyó a ignorar las causas que ocasionaron

la explosión de la burbuja financiera y la recesión económica de Japón de los años 90. La mitología sobre el SEJ incluye el empleo de por vida, el salario basado en la antigüedad, el empleo total de la persona, la capacitación estandarizada para todos los empleados, el respeto por la armonía interpersonal, el sistema *ringi* (Brown, 1966), la administración *omikoshi*, la responsabilidad colectiva, la administración participativa -la cual es tanto autoritaria como democrática-, y el cuidado de la empresa al individuo en el trabajo y en casa bajo la idea de compartir un destino y metas comunes. La aportación del estudio de Odaka es que diferencia claramente los mitos y las realidades del SEJ destacando información relevante no considerada por el *nihonjinron*:

1. *El empleo de por vida y el salario por antigüedad* del SEJ se implementan sólo en grandes empresas de más de 300 empleados. El 80% de las compañías manufactureras son pequeñas empresas.
2. *La administración japonesa mantiene intactos sus valores feudales*. Si bien ésta tiene sus raíces en el periodo Edo, ha transformado sus formas y sus funciones después de la Segunda Guerra Mundial. En mi opinión esta idea es rebatida por la teoría de la evolución de la posguerra que sostiene que las características del SEJ se definieron en los años 20 del siglo XX y adquirió su forma actual después de la Segunda Guerra Mundial, como lo he analizado en el capítulo II.
3. *El grupismo define a las organizaciones japonesas* al poner como prioridad la continuidad y la prosperidad de la organización como un todo. Hay que poner atención a los valores de grupo para ver cuáles son, cuándo fueron interiorizados por la sociedad japonesa y en qué sentido han servido como principio guía en la formulación de las prácticas del SEJ y de la propia sociedad.
4. *El mito sobre las prácticas de empleo japonesas* sólo describe sus ventajas y omite hablar sobre las desventajas.
5. *El SEJ ha sido el factor clave para la exitosa modernización industrial de Japón*, pero no ha sido la única ni la más importante.
6. *El SEJ puede ser fácilmente transplantable*. (Odaka, 1986:7-9)

Si bien los mitos del SEJ fueron construidos con fines de interés nacional, durante los años 70 y 80 éstos fueron exaltados, fortalecidos y ampliamente difundidos por otros países, especialmente los EE.UU. El objetivo de estos estudios sobre Japón era "descubrir el secreto del éxito industrial japonés" sin poner atención a las desventajas del sistema. Odaka identifica algunas desventajas del SEJ:

1. *Fomento de la dependencia del empleado a la empresa y supresión de la creatividad individual*. La garantía del empleo de por vida provoca la dependencia del trabajador a la empresa que al asegurarle condiciones de trabajo estables, un ambiente laboral cordial y sin competencias; el empleado debe cumplir con su trabajo sin distinguirse ni para bien ni para mal. Ello promueve la supresión de las capacidades y la creatividad individual. Desde el reclutamiento se contrata a "la persona en su totalidad" por sus referencias académicas, su carácter y su personalidad no conflictiva ni competitiva que permite ser moldeado en el proceso de entrenamiento inicial.
2. *Empleo discriminatorio e impedimentos a la formación de un mercado laboral horizontal libre*. El empleo de por vida discrimina a empleados de mediana edad, a temporales, mujeres y cualquier otro que no cumpla con la condición de empleado permanente. Las empresas no invierten en ellos bajo la presunción de que se irán tarde o temprano. El "abandonar" la empresa es un aspecto negativo que anula la posibilidad de volver a ser contratado, la movilidad horizontal hacia otras empresas es casi imposible.
3. *Efectos nocivos del sistema de ascenso y formación de un cuello de botella para la promoción de los mandos medios*. El sistema de pago por antigüedad premia por igual a empleados eficaces como mediocres bajo el único parámetro del tiempo de laborar en la compañía. Si bien la edad de la fuerza laboral tenía en sus inicios forma piramidal con un mayor número de empleados de entre 20 y 29 años en la base, el grupo entre 45-60 años ha aumentado transformándose en una figura cilíndrica que refleja las dificultades para los más jóvenes de ascender.
4. *Trabajo que no ofrece placer al empleado y ningún significado aparente*. Debido a la rápida automatización del trabajo, la estructura autoritaria del SEJ y los puntos antes mencionados, se fomenta la rigidez de la organización y una burocracia centralizada. Si bien una de las virtudes del SEJ es el *omikoshi*[18], con la rápida industrialización de Japón y la automatización de la industria esta práctica fue perdiéndose, dando lugar a un sentimiento de alienación entre los empleados. Con la recesión económica de los 70, esta situación empeoró.

[18] Práctica realizada entre los empleados jóvenes que en grupos toman iniciativas para la mejora de la empresa que son presentadas al gerente inmediato para su aprobación y a los gerentes de mayor rango. Esta práctica de abajo hacia arriba contribuye a motivar a los empleados y a hacer su trabajo más satisfactorio.

Odaka prevenía que de mantenerse sin cambio estas desventajas del SEJ, existía el peligro real para Japón de que su economía no pudiera estar preparada ante alguna crisis económica o financiera anticipando, sin proponérselo, la grave recesión económica que explotó en Japón a inicios de la década de los 90 y que se mantiene hasta el día de hoy.

Capítulo IV. La importancia del individuo en la sociedad del conocimiento del siglo XXI: ¿un nuevo *Nihonjinron*? (1990-2010)

El presente capítulo tiene como objetivo hacer una breve revisión de la discusión actual sobre la identidad japonesa y sobre las transformaciones que experimenta la sociedad en el cambio de siglo. Es también un apartado que busca concluir esta investigación con un breve esbozo sobre los profundos cambios que experimenta actualmente la sociedad japonesa y las adaptaciones que está llevando a cabo el género del *nihonjinron* en este nuevo contexto. Finalizo este último apartado con algunas preguntas de análisis que podrían ser materia para futuros estudios.

El proceso de recesión económica que inició en Japón en los años 90 ha representado el principio del fin de la era dorada de la sociedad japonesa centrada en la empresa. Algunos se han referido a este periodo como "La década perdida" o como "Los 20 Años Perdidos". Si bien las décadas de los 70 y los 80 fueron la era de mayor auge de la economía japonesa, tras el llamado Acuerdo Plaza realizado el 22 de septiembre de 1985 en el Hotel Plaza de Nueva York en el que se reunieron los ministros de economía y los gobernadores de los bancos centrales del G5 (Alemania, Reino Unido, Francia, EE.UU. y Japón), se acordó la depreciación del dólar con el fin de ayudar a los EE.UU. a salir de una grave recesión económica iniciada en los años 80.

A raíz de este Acuerdo, el valor del dólar cayó de 240 a 160 yenes promoviendo en Japón la disponibilidad de créditos con intereses bajos y de inversión en tierras y activos financieros (*zaitech* o ingeniería financiera). Este hecho detonó que la burbuja económica comenzara a inflarse ya que los bancos japoneses hicieron préstamos masivos a empresas y a individuos a título personal. El problema fue que estos préstamos fueron tomados del fondo de ahorro de hogares japoneses. La explosión de la burbuja económica y la recesión económica que siguió fueron devastadores para Japón: el Indice *Nikkei* de la Bolsa de Valores de Tokio pasó de 39000 unidades en los años 80, a 8000 a inicio de los años 90; ante la caída de los precios de los bienes inmuebles, los inversionistas japoneses perdieron alrededor de 2.5 millones de millones (2.5 *trillion*, en inglés); la tasa de crecimiento de Japón cayó de 3.1% en 1991 a 0.4% en 1992 y a 0.2% en 1993, registrando en los años siguientes tasas negativas de crecimiento; la tasa de desempleo de Japón, que se distinguía por ser una de las más bajas del mundo, alcanzó el 5.5% en 2003 y 9% en el 2013; en el

2009, la deuda nacional de Japón era de cerca de 180% de su PIB y para el 2014 del 200%, alrededor del 12% del gasto total del presupuesto gubernamental (Tsutsui y Mazzota, 2015:67).

La percepción de jauja entre los japoneses durante los años 80 influyó en su nuevo estilo de vida. El consumo de productos de lujo, de objetos de arte y de bienes inmuebles se volvió un referente de estatus social en la sociedad japonesa durante esos años (Haghirian, 2016). Los jóvenes de la llamada "generación de cristal" disfrutaban de una abundancia muy lejana a la experiencia de escasez que habían vivido sus padres. Fue una época de poderío japonés en el mundo que generó sentimientos de admiración y respeto, así como de encono y conflicto. En este marco de abundancia y empoderamiento los japoneses se encontraron de pronto ante una situación inesperada ante la explosión de la burbuja económica.

Esta sorpresa se debió a la creencia generalizada de que Japón era diferente a las otras economías, que los precios de la tierra nunca caerían en Japón, que esta nación no operaba bajo reglas normales de la economía neoclásica y, por lo tanto, no importaba cuán grande y peligrosa fuera esta burbuja, todo funcionaría bien. Esta fe irracional en el excepcionalismo económico japonés incluyó a burócratas, banqueros, promotores inmobiliarios, comentaristas de medios y al público en general y cegó al país ante una bomba de tiempo financiera que finalmente explotaría. (Tsutsui y Mazzota, 2015:67). La respuesta del gobierno en estos años de crisis dejó mucho que desear ante la lentitud de sus acciones enmarcadas en una serie de escándalos de corrupción. Como muestra de esta inestabilidad política, entre 1989 y 2014 Japón tuvo 18 Primer Ministros.

Las características estructurales distintivas del sistema económico japonés diseñadas para generar un alto crecimiento de 1950 a 1990, resultaron inflexibles, limitantes y onerosas en momentos de estancamiento económico. El empleo permanente y el sistema de salario por antigüedad dificultaban que las empresas se adaptaran a la disminución de la demanda. Aún en ese contexto, la relación históricamente cercana entre los bancos y los grandes grupos empresariales de Japón promovió que se siguieran otorgando préstamos a las corporaciones afiliadas, aún cuando no eran viables o solventes. Por ello, la crisis profunda del sector bancario ha sido identificada como una de las causas más importantes por las que Japón no ha podido superar hasta hoy la recesión económica que inició en los 90. Especialistas coinciden en que todos los bancos de Japón eran insolventes cuando

inició la crisis según cálculos de las deudas por préstamos no pagados de estas entidades que ascendían de un millón a un millón y medio de millones de dólares (de 20% a 30% del PIB de Japón). Una crisis que por sus dimensiones no tenía precedentes entre las naciones. Para desgracia de Japón se sumaron "Los triples desastres del 11 de marzo de 2011 que tensaron una economía japonesa ya frágil. Con una destrucción total de 360 millones de dólares, el terremoto de Tōhoku, el tsunami y la crisis nuclear constituyeron el desastre natural más costoso del mundo" (Tsutsui y Mazzota, 2015:69-72).

En este contexto de cambio de siglo y ante la recesión económica y el grave déficit financiero de los años 90 y dos mil, el gobierno japonés ha implementado una serie de reformas estructurales que incluyen la reforma de la administración pública, del sistema laboral, del sistema de seguridad social y del sistema educativo. En esta profunda transformación que vive Japón actualmente, las preguntas de interés para esta investigación son: ¿existen adaptaciones del *nihonjinron* a la nueva realidad?, ¿cómo se inserta la importancia del individuo en una sociedad como la japonesa?, ¿se reforma la empresa japonesa hacia estándares globales?, ¿continúa existiendo un SEJ con características únicas?

4.1. Los cambios globales a inicios del siglo XXI

En Japón, como en la mayoría de los países del mundo, se fue gestando desde los años 70 un cambio profundo del Estado de Bienestar o Benefactor en el que el Estado era el responsable del progreso social de la población hacia el llamado neoliberalismo que nos rige actualmente en el que la lógica del mercado es la guía que define al nuevo orden económico mundial. Considero que es importante contextualizar la experiencia de la gran crisis japonesa en el ámbito internacional ya que de otra forma no se tendría una comprensión integral de este fenómeno que pareciera nacional.

En esta transformación, el gobierno japonés impulsó desde los años 90 reformas a su sistema financiero, económico, educativo y laboral que han impactado a las empresas japonesas, a su sistema de empleo, de pensiones y a la sociedad en general. El objetivo era encontrar soluciones a la recesión económica del país por lo que las empresas japonesas redujeron sustancialmente el número de personas protegidas por el sistema de salario por antigüedad y el de empleo de por vida; salieron de Japón en busca de mano de obra barata; y el gobierno abandonó la política de protección al desarrollo económico

nacional siguiendo las pautas que marcaba la política neoliberal de impulsar una menor intervención del gobierno en el mercado y en el desarrollo económico en general.

Algunos identifican a estos años como el inicio de la llamada era de la *segunda modernidad* o *modernización reflexiva*, basada en la individualización de la sociedad japonesa y el final del primer periodo de modernización de Japón caracterizado por la estabilidad y la integración social garantizadas por una política de desarrollo nacional basada en "la sociedad centrada en la empresa", el grupismo y el desarrollo territorial bajo la guía de la burocracia o "desarrollismo". Desde los años 90, ambos sistemas fueron minados por la adopción en el mundo de las políticas neoliberales y la globalización (Suzuki et.al, 2010).

Uno de los avances tecnológicos más relevante que ha transformado de manera radical el concepto de la globalización y ha definido el surgimiento de la nueva sociedad del conocimiento y de la información ha sido sin duda Internet (Castells, 2012). Esta herramienta tecnológica y de comunicación ha reafirmado el dominio cultural y económico de los EE.UU. y de la lengua inglesa como el idioma global y ha uniformado no sólo la moda internacional, los gustos culinarios y los estereotipos de belleza y culturales a través de las redes sociales y otros medios masivos de comunicación, sino también a los sistemas educativos, administrativos y financieros que han estandarizado los perfiles de los recursos humanos requeridos por el mercado. En este sentido, el examen PISA de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y la reforma administrativa global impuesta por la llamada Nueva Administración Pública (NGP) en la que se han impulsado desde los organismos financieros internacionales procesos de descentralización político-administrativos, son un claro ejemplo de ello (Escalante, 2014).

En este proceso global, el Estado-nación ha quedado desdibujado al ser afectado por una fragmentación del poder que ha empoderado a otros actores como son los gobiernos locales, las empresas, las organizaciones no gubernamentales, las civiles, las del crimen organizado, e inclusive a individuos con un gran poder de influir en la opinión pública mundial y en los procesos económicos y políticos de los países como Bill Gates de Microsoft, Bono del grupo U2, Mark Zuckerberg creador de *Facebook* o como lo fue Steve Jobs de Apple, entre otros.

El desarrollo de la Internet y de las redes sociales como *Facebook* o *Twitter* han transformado también la noción de la identidad nacional, dando lugar a dimensiones superpuestas como la supranacional (organizaciones no gubernamentales y civiles internacionales) y la subnacional, en la que los gobiernos locales han establecido relaciones con otros gobiernos locales en el mundo debido a su capacidad de adecuarse de manera más rápida y flexible a los cambios gracias a la cercanía entre los tomadores de decisión y la ciudadanía ejecutora bajo un esquema de participación ciudadana o democracia participativa. Okinawa, por ejemplo, ha establecido vínculos comerciales con la provincia china de Fujian y Hokkaidō con la provincia de Sakhalin promoviendo que la identidad local se traslape con la identidad nacional y que los habitantes de Okinawa se definan como *uchinanchu* más que como *nihonjin*.

Las redes sociales también han transformado el poder de la sociedad y sus ciudadanos empoderándolos como sujetos políticos activos como lo demostró "la Primavera Árabe" (2010-2013), en la que fueron derrocados los gobiernos de Túnez, Egipto, Libia, Yemen y Argelia gracias a la organización de la sociedad a través de las redes sociales; el de los indignados de España; y, el movimiento *Occupy* de Wall Street (Castells, 2012). Estos nuevos instrumentos de empoderamiento social están marcando nuevas pautas de relación y de identidades sociales y nacionales.

En el caso de Japón (Rimmer y Morris-Suzuki, 1999), el empoderamiento de actores distintos del Estado-nación ha permitido a las minorías reclamar derechos antes negados bajo las categorías de *kokumin kokka* (国民国家)y de *minzoku kokka* (民族国家). Ciudadanos de Okinawa, Ainus, mujeres, migrantes, entre otros, han comenzado a recuperar espacios de opinión y de acción. Las identidades, en plural, se relacionan tanto con un espacio geográfico o étnico como con coincidencias profesionales, de esparcimiento, religioso, de género, de intereses políticos o movimientos ciudadanos que han transformado la manera de vernos y relacionarnos. La sociedad civil que se hizo presente en el terremoto de Kobe de 1995 y en Tohoku en 2011 ante la parálisis inicial del gobierno, está emergiendo en Japón con fuerza debido a organizaciones locales que han existido desde la época de preguerra formadas por mujeres que atendían cuestiones ambientales o de consumo, a través del concepto de ボランティア o voluntarios, a los que me referí en el capítulo anterior.

Todos estos cambios, no exclusivos de Japón, están transformando a las sociedades del mundo que buscan adecuarse a través de sendas reformas educativas, financieras, económicas, energéticas y laborales. En este proceso de reformas globales estructurales donde la única constante es el cambio, la noción de identidad nacional se está transformando también. Los nuevos requerimientos de la sociedad del conocimiento son el desarrollo de competencias como la innovación, la creatividad, la resiliencia, el aprender a aprender y a convivir, la flexibilidad, el manejo de las tecnologías y de los idiomas, en particular el inglés.

4.2. La reforma educativa como motor del cambio estructural de Japón

En este apartado haré una breve descripción de la reforma educativa impulsada desde los años 80 por el gobierno japonés e implementada en los años 90 como pilar central de su estrategia de desarrollo nacional. Para tener una idea de la dimensión de este proceso de cambio, se le considera la tercera gran reforma educativa nacional sólo después de la renovación Meiji (1868-1912), cuando se formó el Estado moderno japonés y la de los años de posguerra, cuando se institucionalizó el actual sistema educativo. Si bien la actual reforma educativa se inició desde los años 80 con la reforma Nakasone, fue en 1996 cuando el Consejo Central de Educación acuña los términos *yutori* e *ikiru chikara* como soluciones a los problemas sociales que aquejan a las escuelas japonesas y a la sociedad en general que vive una nueva era de ansiedad causada por la incertidumbre y la falta de garantías sociales de las que gozaba antaño. El concepto *yutori* refiere a la relajación como valor primordial en la educación, mientras que *ikiru chikara* promueve el entusiasmo por la vida, las ganas de vivir, como respuesta al creciente número de suicidios entre estudiantes y personas de distintas edades que marcaron las décadas precedentes. Desde esta perspectiva, la educación se amplía a todos los ámbitos de vida, tanto formales como informales desde la escuela, la familia, la comunidad local y para todas las personas en un proceso continuo de aprendizaje a lo largo de toda la vida.[19]

[19] Con base en estos conceptos se propusieron medidas como reducir las horas de estudio con la introducción de la semana de 5 días de escuela en lugar de 6; una reforma curricular que revisara los contenidos de los programas de estudio y privilegiar el conocimiento analítico sobre la memorización y la flexibilización de los métodos de enseñanza con mayor autonomía para los profesores; reducir los días de estudio destinados a los conocimientos básicos a tres y dedicar los dos días restantes de la semana a actividades deportivas y artísticas como la música, la pintura, la lectura o cualquier otra que impulse los talentos especiales de los alumnos y su creatividad y vocación individual; promover la enseñanza integral del conocimiento de materias como matemáticas, ciencias y lengua materna, actividades artísticas y deportivas, orientación y práctica vocacional, conocimiento del medio ambiente y desarrollo sustentable, cultura y tradición local, el manejo de tecnologías de la información y la comunicación.

Si bien algunas de estas propuestas han sido modificadas a raíz del descenso de Japón en el ranking de la prueba internacional PISA, para fines de esta investigación me ocuparé particularmente de la reforma a la educación superior realizada en el 2003 por la que se decretó la Ley de Reorganización de las Universidades Nacionales como Corporaciones con el fin de privatizarlas y darles autonomía para que ofrezcan sus servicios con calidad, vinculadas a las necesidades de la industria y a la economía nacional, compitan entre ellas para ofrecer mejores servicios y opciones, sean evaluadas por agencias certificadas y ofrezcan transparencia en su administración.

Esta es una respuesta a la situación en la que aquellos estudiantes que alcanzaban "el éxito" al ingresar a la universidad iniciaban un periodo de relajación y descanso en una etapa considerada como la antesala de ingreso al mundo laboral donde se iniciaría el trabajo comprometido y serio, con la garantía adicional de que se mantendría de por vida. Por lo tanto, la universidad se limitaba a inculcar aptitudes de aprendizaje y de trabajo en equipo, más que promover el desarrollo profesional y la investigación como sucede en otros países con sistemas de educación superior exitosos. Ello respondía a la alianza estructural que existía entre las empresas, el gobierno y la universidad a la que me he referido en capítulos anteriores. El sistema universitario se encuentra en estos momentos en una profunda transformación ocasionada por los cambios de la economía japonesa en general y el sistema empresarial en particular que ha provocado que las universidades se adecúen a las nuevas necesidades de Japón y del mundo.

La reforma a la educación superior en Japón es la que enfrenta el mayor reto de transformación estructural para adecuarse a los nuevos requerimientos de la era del conocimiento y la información y al nuevo mundo laboral en el que la creatividad y la innovación se han convertido en las materias primas más importantes para la nueva economía global. Es también el inicio de una cadena de cambios que enfrenta el nuevo modelo económico japonés. Actualmente las instituciones de educación superior en Japón se encuentran en un periodo de transición entre la implementación de las políticas de cambio y la adaptación de éstas a los patrones culturales preexistentes. Su objetivo es preparar profesionistas de calidad que contribuyan al desarrollo nacional a través de una estrecha vinculación con las empresas y las necesidades de la nueva economía basada en el conocimiento y la información bajo condiciones de una feroz competencia por el empleo en un mundo globalizado.

Su adecuación a la realidad en la que se demandan nuevas competencias, nuevas carreras para un nuevo sistema de empleo que ya no garantiza el trabajo de por vida, ha cambiado las necesidades de formación de los jóvenes. La funcionalidad del modelo de desarrollo del *catch up* y el *overtake* por el que Japón copió y mejoró modelos del exterior desde la época Meiji hasta los años 80, ha cumplido con los objetivos planteados y muestra rasgos de un serio desgaste. En la actualidad, ante la profunda transformación global que estamos presenciando, no existen modelos externos adecuados a emular por lo que Japón se encuentra en la búsqueda de un modelo de nación que deberá surgir de la sociedad japonesa y su gobierno en corresponsabilidad.

4.3. Las transformaciones de la narrativa del *nihonjinron* en la actualidad: ¿del grupismo al individualismo? Un nuevo discurso nacional sobre "lo japonés" a inicios del siglo XXI

En este apartado haré un esbozo sobre la construcción incipiente de un nuevo *nihonjinron* que destaca la importancia del individuo. A principio de los años 90 la discusión sobre la identidad japonesa recuperó el concepto de "civilización" para explicar la japonesidad iniciando un cambio en la narrativa que se adecuara a los nuevos tiempos. A través de una de las asociaciones académicas más importantes de Japón, *Shakai Keizaishi Gakkai* (Sociedad de Historia Social y Económica), se llevó a cabo la conferencia "La defensa de la civilización japonesa" (*Nihon bunmei no teishō*), que generó una serie de publicaciones muy populares entre los japoneses (Ando, 1981). Ueyama Shunpei con *Nihon bunmeishi* -Historia de la civilización japonesa- (1990a), y *Nihon bunmeishi no kōsō* -Plan de la historia de la civilización japonesa-, define a la civilización como "aquella cultura que ha excedido un cierto nivel de desarrollo" (1990b, citado en Morris-Suzuki, 1998:161).

Ueyama caracteriza a las sociedades europeas como portadoras de una "cultura convexa" que busca imponerse a otras, mientras que Japón es una "cultura cóncava" que absorbe elementos extranjeros. Ubica y refrenda la individualidad de Japón en el sistema imperial. En línea con estos conceptos en los que se rescatan los valores tradicionales de Japón en un entorno de globalización imparable, Kawakatsu Heita en *Nihon bunmei to kindai Seiyō: Sakoku saikō* -La civilización japonesa y el Occidente moderno: segundas reflexiones sobre el País Cerrado- (1991) y en alusión a Japón durante la época

Tokugawa[20], propone retomar la práctica de restringir la migración de trabajadores extranjeros hacia Japón para mantener la armonía social del país y promover la inversión japonesa en el extranjero. Esta propuesta se inscribe en el marco de la recesión económica japonesa que provocó, ante la falta de empleo en el país, fuertes campañas xenofóbicas.[21] Kawakatsu, al igual que Ueyama, refiere a la naturaleza "cóncava" de los japoneses que les permitió la absorción de elementos occidentales y orientales y lo convirtieron en un "adaptador" cultural universal que no sólo absorbió y mejoró, sino que contribuyó y aportó al mundo. Ambos destacan la importancia del individuo de la época Tokugawa como una característica japonesa más que occidental.

Nishikawa Nagao en *Kokkyō no koekata* -Cómo cruzar las fronteras- (1992), concluye que la noción de "cultura nacional" es una construcción ideológica que busca la unidad nacional de las naciones modernas. Lo interesante y novedoso de su propuesta es analizar a la cultura no a través del grupo sino del individuo, "único ente capaz de decidir su propio lugar en la cultura de su elección". Kawatō Akio alude al incremento del individualismo en Asia como respuesta a las nuevas necesidades económicas del siglo XXI (Kawatō, 1995, citado en Morris-Suzuki, 1998:210). En mi opinión, este nuevo discurso sobre la importancia del individuo en la sociedad japonesa y la búsqueda de su argumentación en la historia refieren a un nuevo *nihonjinron* que busca sustituir al grupo por el individuo.

Me interesa destacar que lo interesante del concepto de *civilización japonesa* actual es que omite, al igual que el de *cultura japonesa*, las diferencias internas regionales, sociales y de género. El análisis de los conceptos de civilización y cultura (Nishikawa, 1996), se dan en el contexto de la globalización que por un lado homogeneiza los valores globales definidos por el mercado y por el otro genera un rescate por la cultura y los valores locales que permitan diferenciarse del resto del mundo. En este marco, uno de los libros más vendidos fue el de Ohmae Kenichi, *El mundo sin fronteras* (1990), que afirma que la economía global contemporánea ha creado un mundo en el que los valores ya no están ligados ni a la geografía, ni a la etnicidad.

[20] En mi opinión, no se trata de otra cosa más que de la sabiduría que ocultan las formas de la civilización japonesa que el pueblo japonés creó durante el periodo de País Cerrado [es decir, de mitad del siglo XVII a mitad del siglo XIX], y que se puede resucitar en la época actual (Kawakatsu, 1992a:45; véase también 1991:252-255, citado en Morris-Suzuki, 1998:166).

[21] A mediados de los años 90, Japón tenía un millón de residentes extranjeros registrados oficialmente, sin incluir unos 300,000 trabajadores extranjeros "ilegales" -muchos de ellos procedentes del Sudeste asiático, Corea, Irán y el subcontinente indio- empleados sin permisos de trabajo ni derechos de residencia. (Tanaka, 1995:198-200, citado en Morris-Suzuki, 1998:197).

En este intento de universalización, autores nacionalistas como Shintarō Ishihara en coautoría con el ex Primer Ministro de Malasia, Mahathir bin Mohamad, publicaron *"No" to ieru Ajia* (*La Asia que puede decir "No"*, 1994), donde los valores culturales antes exclusivos de Japón son ahora ampliados a Asia en una amalgama de un modelo entre nostálgico y alternativo sin clara definición. El interés por lo asiático se circunscribe a que es un mercado de consumo y fuente de mano de obra calificada para Japón. Desde esta perspectiva, surgen teorías que definen la esencia del país a través de valores universales como la paz, la responsabilidad ecológica o los derechos humanos. Ohmae exalta al individuo y afirma "la cultura no es otra cosa que el estilo de vida de cada individuo" (Ohmae, 1990), coincidiendo con Ango Sakaguchi que afirma "La cultura es una cuestión de vida individual y, en última instancia, una cuestión de elecciones y decisiones individuales" (en Nishikawa, 1996:22).

Al parecer el péndulo de la discusión actual del *nihonjinron* se dirige hacia la construcción del reconocimiento del individuo sobre el grupo, un indicio que no es menor pues representa un cambio significativo para la economía y la sociedad japonesa. Qué tan profundo pueda ser este cambio aún está por verse, aunque identifiqué algunas acciones de política pública que apuntan en ese sentido. El 18 de enero del 2000, el gobierno de Keizo Obuchi publicó los resultados de un reporte realizado por un grupo de 16 expertos que integraron la llamada Comisión del Primer Ministro sobre las Metas de Japón para el Siglo XXI, titulado *Nihon no furontia wa nihon no naka ni aru: Jiritsu to kyōchi de kizuku shinseiki* [*La frontera interior: empoderamiento individual y mejor gobernanza en el nuevo milenio*], publicado en japonés e inglés.

En esta Comisión se crearon 5 subcomités: 1) El lugar de Japón en el mundo; 2) Prosperidad y dinamismo; 3) Logrando una vida satisfecha y enriquecida; 4) Un país bello y una sociedad segura; y, 5) El futuro de los japoneses. Destaco lo interesante de la pluralidad de los miembros que integraron estos subcomités que acordes con la nueva apertura a la participación social y a la gobernanza, las sesiones de trabajo fueron subidas a la red para que todo ciudadano pudiera participar en las discusiones. De octubre a noviembre de 1999, miembros de esta Comisión viajaron a distinto países para reunirse con líderes políticos e intelectuales: a Singapur con líderes del Sudeste de Asia, a Washington, D.C., con líderes norteamericanos y a París con líderes de Corea del Sur, China y Europa. En el reporte se señala que cuando Okubo Toshimichi (1830-1878)

regresó del extranjero como parte de la misión Iwakura estaba convencido de que para lograr la modernización de Japón era prioritario evitar la guerra y concentrarse en el desarrollo interno del país. En alusión a ello, la Comisión recomienda que en el siglo XXI Japón debe concentrarse en la reconstrucción interna del país con base en el conocimiento del mundo.

El primer apartado del capítulo 1 del reporte titulado *Dándose cuenta del potencial de Japón* es muy revelador porque presenta un diagnóstico del estado en que se encuentra la sociedad japonesa a inicios de este siglo y adelanta la intención de esta empresa política: rescatar la importancia del individuo en la sociedad japonesa ante los nuevos requerimientos de la economía global[22]. Por ello que considero relevante analizar el contenido de este reporte.

La Comisión identificó tres grandes transiciones en la historia de Japón: la Restauración Meiji de 1868; la derrota de Japón en la Segunda Guerra Mundial y la actual recesión económica que inició en los 90. En la primera, el modelo fue Europa, en el segundo los EE.UU. y en el tercero Japón no tiene un modelo por lo que debe decidir qué clase de sociedad busca construir para el futuro. Lo principal es acabar con el sentimiento de ansiedad que ha traído esta etapa de transición y lograr paz mental y plenitud de todos los individuos de la sociedad japonesa. A nivel global los japoneses buscan perpetuar para el siglo XXI los principios de libertad, democracia, fortalecer su alianza con los EE.UU. y cumplir con sus responsabilidades como "poder civil" no militar para la defensa de los intereses nacionales, garantizando buenas relaciones con sus vecinos en Asia. Se plantea adoptar el inglés como idioma oficial de Japón en una relación de enriquecimiento con el idioma japonés como puente que permita a los japoneses y a los extranjeros conocer mejor la cultura y la sociedad japonesa (Kawai, 2000).

Me llama la atención que la palabra "*unique*" aparezca sólo una vez en el reporte y para hacer referencia a una condición de la Humanidad y no de los japoneses. En este sentido, el discurso de la unicidad japonesa es nuevamente abandonado en momentos en los que la autoestima de los japoneses encuentra un fuerte revés. No sólo eso, el concepto de

[22] Por su importancia estratégica refiero al Anexo I donde traduzco de manera literal el primer apartado del capítulo 1 del reporte titulado *Realizing Japan's Potential* tal y como fue presentada por la Comisión del Primer Ministro sobre las Metas de Japón para el Siglo XXI, titulado *Nihon no furontia wa nihon no naka ni aru: Jiritsu to kyōchi de kizuku sinseiki* [*La frontera interior: empoderamiento individual y mejor gobernanza en el nuevo milenio*] en el año 2000.

grupo y/o grupismo, al menos en este documento oficial, ha desaparecido por completo de la discusión dando lugar a la importancia del individuo y del individualismo. Se afirma que "si bien el siglo XX fue el siglo de las organizaciones, el siglo XXI será el siglo de los individuos". Se requiere que sea el individuo el valor más importante en el marco del neoliberalismo y el mercado, empoderarlo para recuperar el espacio público y encontrar una nueva forma de gobierno en la gobernanza (*kyochi*).

En mi opinión la relevancia de este reporte oficial responde a que define un cambio estructural de la sociedad japonesa al proponer que Japón necesita valorar el espíritu pionero de los individuos. Si el valor de la igualdad que permeaba en la sociedad japonesa hacía referencia a la imagen de "clavar el clavo que destaca" (*deru kugi wa utareru*), en la actualidad se requiere que la creatividad de los individuos sea premiada con un mejor salario, facilitando el emprendedurismo de los jóvenes y la creación de nuevas empresas. Valores como asumir riesgos y levantarse tras un fracaso (resiliencia), deben ser reconocidos e impulsados como nuevos valores de la sociedad. ¿Qué medidas se proponen para alcanzar lo anterior? 1) transformar la educación; 2) lograr la alfabetización global a través del inglés como segunda lengua; y, 3) hacer de la diversidad y la tolerancia una fortaleza a través de la libertad de los individuos.

El concepto de diversidad destaca como un nuevo valor entre los japoneses en clara contraposición a la homogeneidad. Esta decisión se fundamenta en el principio de que la discriminación de raza, lugar de origen, edad o género es "inexcusable". Conscientes de que las tasas negativas de natalidad y el aumento de la población de adultos mayores en Japón es un asunto de interés nacional, se propone facilitar la migración al país y la cooperación con personas de otras nacionalidades. La Comisión propone una política de migración que permita a los extranjeros trabajar y vivir en Japón para fomentar la creatividad intelectual, la vitalidad social y la competitividad internacional. Recomienda, en el marco de la NGP, la revisión de la actual política centralizada que dé lugar a la descentralización política y administrativa a través de la autonomía local para que sean las propias regiones las que definan sus destinos con base en sus necesidades, capacidades y riquezas. Se requiere también que los medios de comunicación hagan una revisión de su sistema cerrado y se vuelvan más independientes y críticos.

El análisis de este nuevo discurso propuesto desde el gobierno en un marco de gobernanza que incluye a diversos actores de la sociedad japonesa anuncia un cambio que se ubica

del otro lado del péndulo. En este contexto surgen las siguientes preguntas de análisis para esta investigación: ¿de qué manera participan los empresarios en estos nuevos requerimientos? ¿están cambiando realmente las condiciones que caracterizaban las prácticas empresariales tradicionales basadas en el grupo? ¿está adecuándose el SEJ a las nuevas necesidades de la globalización? ¿se está generando un nuevo *nihonjinron*? Estas son algunas de las cuestiones que analizo en esta última parte.

4.4. El papel de los empresarios en la era de la globalización en el marco de la Comisión del Primer Ministro (1990-2010)

Desde mi perspectiva, la relevancia del reporte de la Comisión del Primer Ministro es que prescribe las características de una nueva sociedad muy distinta a la del siglo pasado. Reconoce que durante el siglo XX Japón se concentró en lograr el bienestar económico del país como único objetivo nacional y en este marco el individuo fue adoptado por la empresa "en su totalidad" asumiendo su cuidado de por vida y con un salario por antigüedad que premiaba la lealtad total del individuo y su familia a la organización empresarial. Desde los años 60 hasta finales de los años 80 este objetivo de afluencia económica fue alcanzada con creces por Japón. En los 90 se registraron una serie de casos de corrupción política que minaron la confianza de los japoneses en las autoridades gubernamentales y generó en la sociedad una gran ansiedad y preocupación por su futuro y el de Japón. La Comisión reconoce que uno de sus principales objetivos es acabar con esta ansiedad. Advierte que el SEJ se encuentra en busca de un nuevo modelo por lo que el sistema del empleo de por vida, el salario por antigüedad y el sindicato empresarial pueden estar llegando a su fin.[23]

Esta transformación de la empresa japonesa y su relación contractual con el individuo incluye a mujeres, adultos mayores y extranjeros a partir del requerimiento principal: talentos individuales acordes a las necesidades específicas de las empresas. A finales de los años 90, diversos grupos de mujeres presionaron para que se revisara la Ley de Equidad que acabara con la discriminación de género en el empleo y el acoso sexual al que estaban expuestas. Como lo he mencionado, al igual que otras "minorías"

[23] Cuando el empleo de por vida era considerado la norma, las empresas tenían con los empleados una relación como de familia; los dominaban, controlaban su tiempo y esperaban un compromiso total de parte de ellos hacia el trabajo. Sin embargo, la empresa del siglo XXI, la cual ya no puede garantizar el empleo permanente, debe dejar de ser una entidad que domina a los individuos. Esperamos que las empresas y los individuos puedan construir una nueva relación en términos de igualdad, determinando de antemano qué espera uno del otro y estableciéndolo claramente en un contrato (Kawai, 2000:6).

(*burakumin, ainu*, migrantes), las mujeres fueron convenientemente omitidas del género *nihonjinron* con el fin de mantener intactas las bondades de homogeneidad y armonía que éste predicaba (Osawa, 1992; Ueno, 1996; Hamada, 1997; Hunter, 2005).

La revolución de las tecnologías de la información y la comunicación obligan a hacer cambios profundos al modelo empresarial japonés, al sistema financiero y al sistema educativo que se adecúen a las reglas globales del mercado. Actualmente, las grandes empresas japonesas han instalado subsidiarias en diversos países del mundo donde la mano de obra es más barata. En cada país, las empresas japonesas se han adaptado a sus condiciones económicas, sociales y culturales en una amalgama de dirección ejecutiva que incluye directivos japoneses y de otros países. Han diversificado a las pequeñas y medianas empresas que los surten de recursos y materiales. En algunas grandes empresas continúa existiendo el empleo de por vida para algunos empleados y el salario por antigüedad, aunque comienzan a registrarse cambios importantes.

Un fenómeno social que ha cimbrado la maquinaria de *la sociedad centrada en la empresa* ha sido el surgimiento de los *shinjinrui* o "nuevos seres humanos", la generación de jóvenes que por decisión personal eligen no ingresar de manera permanente a una empresa sino trabajar por horas o en empresas creadas de manera independiente sin los beneficios ni las presiones de las obligaciones del empleo permanente en las empresas japonesas. Los jóvenes están más interesados en emprender negocios nuevos de manera individual o con un grupo de amigos al margen de la estructura conocida. En mi opinión, es relevante atestiguar los cambios actuales en la sociedad japonesa que están siendo detonados precisamente por aquellas minorías no consideradas por el *nihonjinron,* entre ellas los jóvenes, las mujeres y los migrantes.

En ese contexto, los nuevos requerimientos para las empresas japonesas sean éstas grandes, medianas o pequeñas que identificó la Comisión son: evaluación justa de las habilidades personales; capacidad de comprometerse en un trabajo satisfactorio; habilidad de elegir entre diferentes formatos de trabajo; desarrollar capacidades individuales y tener la oportunidad de volver a empezar aún cuando se cambie de empleo. Impulsar la incubación de nuevas empresas apoyadas por otras empresas, servicios financieros o por individuos creativos y responsables que desean arriesgarse. El papel del gobierno debe ser facilitar la creación de estas empresas desregulando los procesos regulatorios y promoviendo incentivos fiscales atractivos. Es importante mencionar que

entre los miembros de la Comisión que hace las recomendaciones anteriores, se encuentra representando a los empresarios el Presidente de la Asociación Japonesa de Ejecutivos Corporativos -*Keizai Doyukai*-.[24]

La educación superior debe dejar de ser un proveedor de empleados para las empresas y desarrollar talento para la nueva sociedad del conocimiento. La Comisión recomienda recuperar el valor de la justicia y los derechos humanos para ser una mejor sociedad y alcanzar los principios básicos que caractericen a los japoneses del siglo XXI: paz mental y plenitud de vida. Las bases para alcanzarlo son la educación escolar y familiar que inculque lo necesario para convivir con los seres humanos y la naturaleza; con los miembros de la sociedad a través del lenguaje, el pensamiento lógico y con empatía; y, desarrollar especialistas más que "generalistas" para detonar el desarrollo de Japón a través de la innovación y la creatividad.

Estos cambios podrían plantear la necesidad de generar una narrativa distinta que destaque la importancia de promover los nuevos valores, en otras palabras, un renovado *nihonjinron*. Las preguntas que surgen son: ¿Cómo se construirá el reconocimiento de la importancia del individuo en la sociedad japonesa? ¿es posible promover un nuevo *nihonjinron* que sea aceptado y asimilado por la sociedad japonesa en la era de las redes sociales y la información global que vivimos? La respuesta está en los años por venir.

[24] En el sitio web de Keizai Doyukai se afirma que "es una organización privada, sin fines de lucro y no partidista que fue fundada en 1946 por 83 líderes empresariales con visión de futuro, unidos por un deseo común de contribuir a la reconstrucción de la economía de Japón. 73 años después, Doyukai ha consolidado su papel de liderazgo en la mejora de la comunidad económica japonesa y en la búsqueda de soluciones para numerosos problemas internos y para garantizar el bienestar general de la sociedad japonesa. La membresía de Doyukai comprende aproximadamente 1,400 altos ejecutivos de unas 1,000 corporaciones, todos compartiendo la creencia común de que los gerentes corporativos deberían ser actores clave en la formulación de soluciones de una amplia gama de problemas políticos, económicos y sociales. Los estudios, investigaciones y debates en profundidad proporcionan a Doyukai una excelente comprensión de la economía japonesa y su potencial futuro. Los resultados de estas actividades influyen no solo en la política gubernamental y la industria, sino también en la sociedad en general." Consultar en: https://www.doyukai.or.jp/en/about/

CONCLUSION

A lo largo de esta investigación he analizado al *nihonjinron* como el género literario que ha utilizado teorías y conceptos convenientes a la ideología empresarial para el logro de metas económicas y para fortalecer el sentimiento de la identidad nacional a través de la diferenciación del "nosotros" y "ellos", la exaltación de las "características nacionales exclusivas" de la sociedad japonesa como son la homogeneidad, el consenso, las relaciones verticales, el respeto a las jerarquías y el consenso en armonía. El género *nihonjinron* en mi opinión, ha contribuido de manera importante a crear, tanto al interior de Japón como en el exterior, imágenes, percepciones y mitos sobre esta nación y sus habitantes.

El propósito principal de esta investigación fue analizar la construcción de estas teorías, narrativas y mitos creados sobre el Sistema Empresarial Japonés (SEJ), con el fin de de-esencializar los conceptos que caracterizan a este sistema y dilucidar la construcción de una ideología empresarial japonesa a través de este género. Mi hipótesis fue que el *nihonjinron* ha sido eficazmente utilizado como ideología empresarial para el logro de metas económicas y para fortalecer el sentimiento de identidad nacional a través de las supuestas unicidad y homogeneidad japonesas. A través de la exaltación de las características nacionales exclusivas de una sociedad basada en el grupo se crea un Japón ideal, monolítico y estático en el tiempo.

El objetivo nacional del desarrollo económico ha sido posible gracias a la colaboración de la tríada empresa-gobierno-*élites pensantes* (sean éstas la universidad, los intelectuales, los académicos, los líderes de opinión), que durante años generó una relación virtuosa que promovió el logro de las metas económicas de Japón. Para ello, fue necesario construir una narrativa que funcionara como un pegamento social que cohesionara a la sociedad en torno a estos objetivos nacionales. El *nihonjinron* ha sido uno de los factores más importantes para ello y se ha valido de su ahistoricismo y su falta de rigor académico en la creación de mitos que han sido muy convenientes para las élites del poder, en particular los empresarios.

Mi investigación se enfocó en ubicar la narrativa del *nihonjinron* en cada momento de la historia de Japón y su relación con el mundo con el fin de contextualizar sus propósitos. Durante este recorrido en la historia de los empresarios y su influencia en Japón destaqué

la construcción de su concepto ideológico estelar: el grupismo como modelo y patrón cultural dominante de la sociedad japonesa en sus diversas acepciones (*ie*, *mura, kaisha, kokka, Nihon*). Así, durante la época Tokugawa (1600-1867) las actividades mercantiles eran vistas de manera negativa debido al nivel inferior que ocupaban los comerciantes en la jerarquía social. El *samurai* ocupaba el rango más alto en la sociedad al gobernar el país y al ser la fuente de las virtudes morales; los campesinos y los artesanos se ubicaban en el nivel medio al ser los proveedores del bienestar nacional y los comerciantes eran vistos como seres inferiores al ser simples intermediarios de lo que otros producían. El "otro" estaba referido a China como ente del que había que diferenciarse para ser únicos.

En la época Meiji se inicia el proceso de modernización de Japón por el que se reconoce la impostergable necesidad de desarrollar la economía del país a través del fortalecimiento del gobierno y la unificación de la nación. En este contexto, la visión negativa sobre el empresario debía de cambiar. Para ello, los líderes de Meiji se valieron de la justificación de la amenaza externa identificada con el occidente para promover el nacionalismo y la solidaridad con los empresarios y comerciantes japoneses. Shibusawa Eiichi (1840-1931), empresario influyente de la época Meiji, aportó sus ideas en las que repudiaba el individualismo económico y apoyaba la noción confuciana del sacrificio personal del *samurai* ante su señor como el nuevo esquema del empresario al servicio del emperador y del interés nacional. De esta forma, el nuevo empresario hacía suyos los atributos morales del *samurai* de devoción patriótica y altruismo como el nuevo modelo ideal que requería la nación. El "otro" estaba referido a naciones europeas como Alemania, Inglaterra y Francia, a lo occidental.

Tras la victoria japonesa en la guerra con Rusia en 1904-05, el ascenso de Japón como nación moderna e industrializada parecía estar asegurado. Los japoneses refrendaban su orgullo de pertencia a su nación. Los *Zaibatsu*, en combinación con el gobierno, gozaban de gran poder económico y político escudados en la idea del progreso económico como condición necesaria para la grandeza nacional. En ese contexto, empresarios, burócratas y políticos discutieron la conveniencia de legislar sobre cuestiones laborales. La voz generalizada de los empresarios condenaba este hecho con el argumento de que "las bellas costumbres" –*bifū*- de lealtad y obediencia que existían entre los japoneses se verían afectadas por sanciones legales contra los intereses de los trabajadores importadas de otros países. Durante los años 30, el ejército japonés ponía a toda la economía de la nación en estado de guerra ante su política imperialista de ocupación de sus vecinos asiáticos con

el respaldo empresarial de los "nuevos Zaibatsu". Un *nihonjinron* patriótico exaltaba el sentimiento de superioridad de los japoneses frente a europeos y estadounidenses promoviendo un etnocentrismo xenofóbico.

Después de la derrota de Japón en la Segunda Guerra Mundial, los japoneses experimentaron la pérdida del orgullo nacional tras la desaparición de sus símbolos nacionales que giraban alrededor de la institución imperial. Esta situación fue revertida con la firma del Tratado de Paz de San Francisco y por la guerra con Corea en 1950-53 que se anticipaban como medidas contra el embate comunista. Los líderes empresariales japoneses retomaron como objetivo de interés nacional y como "responsabilidad moral" el desarrollo económico de Japón. A partir de 1955, la meta del crecimiento económico se convirtió en el único objetivo nacional que restauraría la confianza nacional y el reconocimiento internacional. Se acuñó el concepto de *nacionalismo económico* y surgió la caricaturización del japonés en el exterior como un "animal económico". A finales de la década de los 60, Japón mostraba al mundo los resultados de su desempeño económico los cuales se atribuían al "estilo empresarial japonés", producto de la tradición cultural del país.

A finales de los 60 y principios de los 70, la experiencia japonesa sorprendió al mundo colocándola en el centro de interés de la comunidad internacional. En esos momentos, dos imágenes sobre Japón prevalecían en el extranjero: como productor de productos electrónicos, carros y cámaras fotográficas y como una nación exótica resumida en estereotipos como *samurai*, *geisha* y *kamikaze*. En este contexto, los empresarios, al ser quienes mayor contacto tenían con los extranjeros, se convirtieron en portadores de la imagen de Japón en el mundo. Eran formuladores y difusores de ideas relacionadas con aspectos culturales únicos que caracterizaban a los japoneses; en otras palabras, eran promotores del *nihonjinron*. Una de las imágenes más comunes que proyectaron al mundo fue la de un Japón moderno con características culturales y con valores de la antigua comunidad -*mura*-. La imagen del *samurai* fue reemplazada por la del campesino de la comunidad aldeana tradicional, portador de valores como la cooperación y la solidaridad con el grupo.

Los años 80 registraron los años dorados del poderío económico y cultural japonés cuyo modelo económico y empresarial se convirtieron en ejemplo de otras economías del mundo. La bonanza económica del Japón de esos años no tenía precedente y parecía ser

el principio del siglo japonés. Los japoneses vivían nuevamente una ola de orgullo nacional que se reflejó en una gran producción de publicaciones del género *nihonjinron* que exaltaba la unicidad del pueblo japonés.

No obstante, a principio de la década de los años 90, la burbuja económica y financiera estalló en Japón ante una sociedad atónita que empezaba a disfrutar los frutos de años de trabajo durante la posguerra. La excepcionalidad japonesa que los había encumbrado jugó como un arma de doble filo al hacerlos creer que estaban blindado de las reglas del mercado financiero global. No fue así y con ello inició una profunda recesión económica que se mantiene hasta la actualidad. La sociedad japonesa que ha mostrado a lo largo de su historia una gran fortaleza y una gran capacidad de resiliencia, es puesta nuevamente a prueba ante los nuevos desafíos nacionales y globales.

A principios del siglo XXI, Japón ha comenzado a hacer cambios graduales en su economía y en su sistema empresarial y laboral para adecuarse a las reglas de la globalización. Comenzó a mostrar ciertos signos de mejoría que fueron opacados y sepultados por el terremoto masivo de marzo de 2011 y por la crisis de la central nuclear de Fukushima que exhibió la incapacidad del gobierno en turno para resolver esta crisis. En enero de 2013, al comienzo del segundo mandato del primer ministro Shinzo Abe, la esperanza de una mejoría económica volvió a resurgir. Abe presentó un plan integral de reestructuración conocido como "Abenomics" que como primer paso reconoció los desafíos estructurales a los que se enfrentaba la economía japonesa como la disminución de la fuerza laboral, las estructuras de administración obsoletas y la creciente competencia en los mercados internacionales.

Si bien estos cambios se encuentran aún en proceso, el fin de la recesión de la economía japonesa no ha sido aún declarado. Ante estas circunstancias, Japón se encuentra todavía replanteando su futuro. Las características del SEJ continúan en un cambio gradual y complejo que se niega a dar paso a una transformación profunda, generando un híbrido que favorece la convergencia del sistema japonés y otros sistemas hacia formas flexibles de colaboración empresarial en el mundo.

La necesidad de construir una narrativa oficial que detone el sentido de identidad nacional entre los japoneses a inicios del siglo XXI, un nuevo *nihonjinron*, parece mostrar indicios de construcción ante una sociedad con nuevas necesidades y exigencias. La sociedad del

conocimiento privilegia talentos como la creatividad, la iniciativa y el emprendedurismo, relacionados con competencias y habilidades individuales más que de grupo. En este contexto, la narrativa del *nihonjinron* vuelve a adecuarse a las nuevas necesidades.

La nueva narrativa pareciera adecuarse a las tecnologías de la información y de la comunicación más allá de circunscribirse sólo a las publicaciones escritas como antaño. La campaña de marca país "*Cool Japan*" pareciera ir en ese sentido como una nueva forma de promover la imagen de Japón, su cultura, su *softpower* apuntalado por el dominio cultural del *manga* o *anime* y el fomento de la identidad japonesa en el siglo XXI con el rescate del individualismo. Algunos autores le han denominado una nueva forma de *nihonjinron* que muestra nuevamente su capacidad de innovar, de adecuarse a los contextos a través de su flexibilidad y resiliencia. Esta forma de creación y fortalecimiento de la identidad nacional, no exclusivo de Japón, merecería ser tema de una investigación futura.

ANEXO I

Comisión del Primer Ministro sobre las Metas de Japón para el Siglo XXI, *La frontera interior: empoderamiento individual y mejor gobernanza en el nuevo milenio*, 18 de enero de 2000.

Capítulo 1. Dándose cuenta del potencial de Japón.

Los japoneses no hemos participado en discusiones y debates sobre aspiraciones nacionales durante mucho tiempo. Con el tiempo, surgió la sensación de que hablar sobre los objetivos o la imagen de la nación era de alguna manera vergonzoso o anticuado. La apatía y el tedio, la desconfianza hacia la política y la burocracia, prevalecieron. Las críticas a las políticas emanaron de la Dieta Nacional, los medios de comunicación, pero se presentaron pocas propuestas constructivas, en parte porque el gobierno no reveló suficiente información para permitir a las personas formular tales propuestas. Esto alejó al público de la participación nacional y obstaculizó la discusión seria de los objetivos y aspiraciones nacionales.

Al presentar nuestras ideas sobre los objetivos de Japón en el siglo XXI, esperamos romper esta inercia. En este informe discutiremos las aspiraciones de Japón, expresando nuestras esperanzas para la nación y nuestra determinación de hacer lo que hay que hacer. Al abordar directamente el tema de los objetivos de Japón en el siglo XXI, propondremos una serie de principios y políticas. Compartimos un sentido de urgencia. Tememos que tal como están las cosas, Japón se encamine hacia el declive. Así de duro se ha vuelto el entorno externo e interno de Japón.

En la década de 1990, muchos japoneses tenían la sensación incómoda de que algo sobre su nación había sufrido un cambio importante. Temían que la burbuja económica de fines de la década de 1980 y luego el estallido de la burbuja a principios de la década de 1990 habían socavado no sólo la economía sino también el orden político y la sociedad, incluso el sistema de valores y las normas éticas en el núcleo de la nación. Durante una larga historia en un ambiente escaso y difícil, cultivamos normas éticas que promovieron la armonía social y organizacional. La prosperidad socioeconómica y la internacionalización, sin embargo, dificultaron el mantenimiento de tales normas éticas sin cambios. Y en la década de 1990, antes de llegar a un consenso nacional sobre el

marco ético apropiado para una sociedad acomodada, Japón experimentó un gran revés y cayó en la era de la globalización.

También hubo la conmoción del Gran Terremoto de Hanshin-Awaji de enero de 1995. La ineptitud del gobierno (tanto central como local) en la administración de la crisis, la ineficiencia y la falta de responsabilidad, hicieron que el público se sintiera profundamente ansioso por la capacidad del gobierno para proteger la vida y la propiedad de los ciudadanos. Siguieron una serie de incidentes desconcertantes, incluido el ataque con gas de la secta Aum Shinrikyo en el metro de Tokio en marzo de 1995 y el asesinato de un niño de 14 años y asaltos a otros niños (uno mortal) en 1997. Todo esto dejó a las personas con la impresión de que los atributos centrales de la sociedad japonesa de los que tanto se habían enorgullecido (la solidaridad familiar, la calidad de la educación -especialmente la educación primaria y secundaria- y la estabilidad y seguridad social), se estaban desmoronando. Se podría decir que estos episodios revelaron una fragilidad e inflexibilidad de la economía y la sociedad de Japón que se habían ido acumulando gradualmente. Quizá todo esto representó el precio del éxito.

Después de la Segunda Guerra Mundial, Japón logró una recuperación aparentemente milagrosa y un crecimiento sorprendente, se unió rápidamente a las filas de los países económicamente desarrollados y se convirtió en miembro del equipo occidental. Japón logró y mantuvo la paz, la estabilidad y la prosperidad. En general, los japoneses recuerdan el período de posguerra como una historia de éxito. Los sistemas políticos, económicos y sociales desarrollados también fueron aceptados como componentes de un modelo exitoso. No se puede negar que contribuyeron a la estabilidad política y social. Sin embargo, este exitoso modelo de posguerra —o, más precisamente, la creencia incuestionable en este modelo—, ha debilitado actualmente la vitalidad de Japón. Muchos de los intereses creados y las convenciones sociales que crecieron durante la posguerra han hecho que la economía y la sociedad de Japón sean rígidas y estancadas.

Este era el modelo de "*catch up and overtake*", emulado no solo en el período de posguerra sino también desde la era Meiji (1868-1912). Japón debe buscar ahora un mejor modelo. Pero el mundo ya no ofrece modelos confeccionados. El tiempo en que se podían buscar respuestas desde afuera ha pasado. La mayoría de las sociedades enfrentan el mismo desafío. La globalización que se espera que envuelva al mundo en el siglo XXI trae consigo grandes beneficios, pero también muchos problemas que plantea el mismo

desafío para todos. Sin duda, los países responderán de diversas maneras. Lo mismo puede decirse del envejecimiento de la sociedad. Japón enfrentará ese desafío antes que cualquier otro país del mundo. Todo el mundo está mirando para ver cómo lo enfrentaremos.

No existe un modelo de uso inmediato para Japón. Mientras estudiamos casos de todo el mundo, debemos encontrar soluciones a tales problemas dentro de Japón. Al hacerlo, es más importante que nunca sacar a la luz el temple, el talento y el potencial latentes de la nación. Hacerlo es la clave del futuro de Japón. Hay una cosa más en la que debemos pensar. En el mundo del siglo XXI, los individuos poseerán incomparablemente más poder que nunca. Internet brinda a los ciudadanos comunes un fácil acceso al mundo. Además, las organizaciones sin fines de lucro y las actividades de voluntariado han ampliado el ámbito de acción de las personas. Las redes están mejorando el poder individual. El "empoderamiento" se está extendiendo. Ejercer tal poder al máximo es crítico. Al mismo tiempo, debe usarse para revitalizar el gobierno y la sociedad. Es importante que la sinergia de las redes no sólo expanda el espacio privado sino que también fortalezca el espacio público.

El problema es que hoy en Japón existe una variedad de regulaciones, barreras y convenciones sociales que frustran el talento. Muchas fuerzas latentes permanecen sin explotar. Necesitamos explorar esta vasta frontera. En resumen, la frontera de Japón ahora se encuentra dentro de Japón.

Al explorar el siglo XXI, debemos hacer de las fortalezas latentes de Japón y los japoneses nuestra primera prioridad. ¿Cómo podemos aprovechar estas fortalezas? ¿Cómo se puede utilizar mejor el poder de los individuos? Aquí describimos dos cambios esenciales. Uno es cambiar los métodos y sistemas mediante los cuales los ciudadanos interactúan con la sociedad. Esto significa definir la relación entre los ciudadanos que confían al gobierno la autoridad, y al gobierno que se le confía tanto, en el contexto de una nueva forma de gobierno dirigida por los ciudadanos como los principales actores. Después de la Segunda Guerra Mundial, Japón estableció la democracia en la sociedad y aunque la forma de la sociedad cambió, no todo su contenido lo hizo. En particular, los canales tradicionales y la organización de la transmisión unidireccional (de arriba hacia abajo, o del sector público al sector privado) de las decisiones y la demostración del poder, permanecieron integrados a través de la fuerza del hábito. Esto necesita ser cambiado de una relación

contractual entre los de "abajo" y los de "arriba", o entre el sector privado y el sector público, a una relación más igualitaria. La gente debe ser más consciente de que el gobierno es su agente.

El otro cambio esencial es redefinir y reconstruir la relación entre el espacio público y privado en la sociedad civil. Esto significa, en primer lugar, promover la individualidad y las iniciativas individuales: liberando individuos fuertes, libres, autosuficientes y responsables, cuya capacidad de ser empático con los demás los haga inclusivos. Estas personas duras pero flexibles participarán y ampliarán los foros públicos por iniciativa propia, creando un espacio público dinámico. El espacio público proporcionará a los individuos opciones y oportunidades más diversas. Esto conducirá a la aparición de individuos y de una sociedad dotada de diversidad y vigor, individuos y una sociedad que tome riesgos con mayor audacia, aborde desafíos pioneros y sea más creativo e imaginativo. También deberíamos pensar en desarrollar un sistema para proporcionar incentivos a esas personas y una red de seguridad para aquellos que fracasan.

La construcción de un nuevo sistema de gobernanza, el empoderamiento del individuo y la creación de un nuevo espacio público requieren el fomento de un espíritu de autosuficiencia y un espíritu de tolerancia, ninguno de los cuales hasta ahora ha tenido la libertad suficiente para expresarse en la sociedad japonesa. Una sociedad sin lugar para individuos fuertes pero flexibles es frágil. El talento, el impulso, las costumbres éticas, la sensibilidad estética y la sabiduría de las personas autosuficientes crean el marco y la dignidad de una nación. Forman el futuro.

Es el espíritu de autosuficiencia lo que permite a las personas liberar sus fuerzas latentes. La sociedad también debe promover la tolerancia y la inclusión para reconocer las diferentes características y talentos de las personas, permitirles desarrollarlas y vincular a la persona correcta en el lugar correcto de la sociedad de la mejor manera posible. De lo contrario, la sociedad se marchita. Es el espíritu de tolerancia lo que permite a la sociedad aprovechar sus fortalezas latentes" (Kawai, 2000:1-3).

ANEXO II

Miembros de la Comisión del Primer Ministro sobre los objetivos de Japón en el siglo XXI

Presidente: Hayao Kawai, Director General del Centro International de Investigación sobre Estudios Japoneses.

Miembros:

Akira Amano, Presidente, Asociación Pediátrica de Japón

Tamotsu Asami, Director General Adjunto, Chuokoron-Shinsha

Yoichi Funabashi, Corresponsal Diplomático en Jefe y Columnista, The Asahi Shimbun

Masako Hoshino, Director, Centro NPO de Japón

Makoto Iokibe Profesor, Universidad de Kobe; Presidente, Asociación Japonesa de Ciencias Políticas

Heita Kawakatsu Profesor, Centro de Investigación Internacional sobre Estudios de Japón

Yotaro Kobayashi, Presidente de la Junta, Fuji Xerox Co., Ltd.; Presidente de la Asociación Japonesa de Ejecutivos Corporativos (Keizai Doyukai)

Akira Kojima, Director y Editor de la página editorial, The Nihon Keizai Shimbun

Akira Miyoshi, Compositor; Director-General, Sala del Festival Metropolitano de Tokio

Chiaki Mukai, Astronauta, Agencia Nacional de Desarrollo Espacial de Japón (NASDA)

Keiko Nakamura, Director General Adjunto, JT Biohistory Research Hall

Yuri Okina, Economista Senior, The Japan Research Institute

Takeshi Sasaki, Profesor y Decano, Facultad de Leyes, Universidad of Tokio

Tadashi Yamamoto, Presidente, Centro de Japón para el Intercambio Internacional; Director Ejecutivo, Comisión del Primer Ministro sobre los Objetivos de Japón en el Siglo XXI

Masakazu Yamazaki, Dramaturgo; Crítico; Profesor Emérito, Universidad de Osaka

Miembros de los Subcomités (* miembro de la Comisión)

Subcomité 1. ***El lugar de Japón en el mundo***

Presidente: *Makoto Iokibe, Profesor, Universidad de Kobe; Presidente, Asociación Japonesa de Ciencias Políticas

Keiko Chino, Editor, Sankei Shimbun

*Yoichi Funabashi, Corresponsal Diplomático en Jefe y Columnista, The Asahi Shimbun

Shinichi Kitaoka, Profesor, Facultad de Leyes, Universidad de Tokio

Ryosei Kokubun, Profesor, Facultad de Leyes y Políticas, Keio University

Hiroshi Nakanishi, Profesor Asociado, Departamento de Leyes, Universidad de Kioto

Natsuo Sekikawa, Autor y Crítico

Yoshihide Soeya Professor, Facultad de Leyes y Políticas, Universidad de Keio

Kurayoshi Takara, Profesor de Historia, Colegio de Leyes y Letras, Universidad de los Ryukyus

Akihiko Tanaka, Profesor, Instituto de Cultura Oriental, Universidad de Tokio

Subcomité 2. ***Prosperidad y Dinamismo***

Presidente: *Yotaro Kobayashi, Presidente del Consejo, Fuji Xerox Co., Ltd.; Presidente de la Asociación Japonesa de Ejecutivos Corporativos (Keizai Doyukai)

Mikio Akiyama, Abogado

Yoshinori Hiroi, Profesor Asociado, Facultad de Leyes y Economía, Universidad de Chiba

Mikiko Iwasaki, Profesor Asociado, Instituto de Ciencias Sociales, Universidad de Tsukuba

Haruo Naito, Presidente y CEO, Eisai Co., Ltd.

*Yuri Okina, Economista Senior, Instituto de Investigación de Japón

Ken-ichiro Oohara, Presidente, Museo de Arte Ohara

*Takeshi Sasaki, Profesor y Decano, Facultad de Leyes, Universidad de Tokio

*Tadashi Yamamoto, Presidente, Centro de Japón para el Intercambio Internacional

Taizo Yakushiji, Vicepresidente y Profesor, Universidad de Keio

Subcomité 3. ***Logrando un vida feliz y enriquecedora***

Presidente: *Keiko Nakamura, Director General Adjunto, JT Sala de Investigación de Biohistoria

*Masako Hoshino, Director, Centro NPO de Japón

Takenori Inoki, Profesor, Escuela de Graduados de Economía, Universidad de Osaka

*Akira Kojima, Director y Editor, The Nihon Keizai Shimbun

Taro Maki, Periodista; Reportero, Mainichi Newspaper

Hiroko Minami, Presidente y Profesor, Colegio de Enfermería, Arte y Ciencia, Hyogo

Yoichiro Murakami, Profesor, Universidad International Cristiana

Ken Sakamura, Profesor, Laboratoria del Museo Digital, Museo de la Universidad de Tokio

Naomi Sento, Director de Cine

Subcomité 4. ***Un país bello y una sociedad segura***

Presidente: *Heita Kawakatsu, Profesor, Centro Internacional de Investigaciones sobre Estudios Japoneses

*Akira Amano, Presidente, Asociación Pediátrica de Japón

*Tamotsu Asami, Director General Adjunto, Chuokoron-Shinsha

Mie Hama, Actriz

Masaaki Homma, Vicepresidente; Profesor y Director de Economía, Universidad de Osaka

Toyo Ito, Arquitecto

Koharu Kisaragi, Dramaturgo; Director de Arte

Reiko Kuroda, Profesor, Escuela de Graduados de Artes y Ciencias, Universidad de Tokio

Takafumi Matsui, Profesor, Escuela de Graduados de Ciencias de Frontera, Universidad de Tokio

Kazuhiro Ueta, Profesor de Economía Ambiental y Finanzas Públicas, Escuela de Graduados de Economía, Universidad de Kioto

Subcomité 5. ***El futuro de los japoneses***

Presidente: *Masakazu Yamazaki, Dramaturgo; Professor Emérito, Osaka University

Takashi Mikuriya Profesor, Instituto Nacional de Graduados sobre Estudios de Políticas

Yuko Miyazaki, Abogado

*Akira Miyoshi, Compositor; Director General, Sala del Festival Metropolitano de Tokio

*Chiaki Mukai, Astronauta, Agencia Nacional para el Desarrollo Espacial de Japón (NASDA)

Emiko Ochiai, Profesor Asociado, Centro Internacional de Investigaciones sobre Estudios Japoneses

Hatsuhisa Takashima, Contralor Ejecutivo General, NHK

Kiyotada Tsutsui, Profesor, Escuela de Graduados de Letras, Universidad de Kioto

Kiyokazu Washida, Profesor, Escuela de Graduados de Letras, Universidad de Osaka

BIBLIOGRAFÍA

Abbeglen, J.C. (1958). *The Japanese Factory: Aspects of its Social Organization*, Glencoe, Illinois: The Free Press.

_____ (1984). *The Strategy of Japanese Business*, Cambridge: Ballinger.

Aida Y. (1972). *The Structure of Japanese Consciousness*, Tokio: Kōdansha.

Anderson, B. (1983). *Imagined Communities: Reflections on the Origins and Spread of Nationalism*, Londres: Verso.

Ando, Y. (1981). Socio Economic History Society (Shakai Keizaishi Gakkai), *Information Bulletin of The Union of National Economic Associations in Japan*, (1), pp.112-115.

Araki, H. (1975). *Nihonjin no shinjō ronri*, Tokio: Kōdansha Gendai Shinsho, citado por Dale, Peter, 1986.

Befu, H. (1980a). The Group Model of Japanese Society and an Alternative, *Rice University Studies*, *66*(1), pp. 169-187.

_____ (1980b). A Critique of the Group Model of Japanese Society. *Social Analysis: The International Journal of Social and Cultural Practice*, (5/6), 29-43.

_____ (1984). Civilization and Culture: Japan in Search of Identity, en Umesao, T., Befu, H. and Kreiner, J., eds., Japanese Civilization in the Modern World, *Senri Ethnological Studies*, (16).

_____ (1992). Symbols of Nationalism and Nihonjinron in *Ideology and Practice in Modern Japan*, en Roger Goodman y Kirsten Refsing (eds.), Nueva York: Routledge.

_____ (1997). *Ideorogii to shite no Nihon Bunkaron* (*Nihonjinron* como ideología), Tokio: Shisoo no Kagakusha.

_____ (2001). *Hegemony of Homogeneity. An Anthropological Analysis of Nihonjinron*, Melbourne: TransPacific Press.

_____ (2008). Consumer Nihonjinron. *Theories and Methods in Japanese Studies: Current State and Future Developments*, 345-355.

Bellah, R.N. (1957). *Tokugawa Religion: The Cultural Roots of Modern Japan*, Nueva York: The Free Press.

BenDasan, I. (1972). *The Japanese and the Jews*, Tokio: Weatherhill.

Benedict, R. (1946). *The Chrysanthemum and the Sword: Patterns of Japanese Culture*, Boston, MA: Mariner.

Breuilly, J. (1993). *Nationalism and the State*. Manchester University Press.

Brown, W. (1966). Japanese Management. The Cultural Background, *Monumenta Nipponica*, 47-60.

Brody, D. (1968). The Rise and Decline of Welfare Capitalism en John Braeman, David Brody y Bremner H. Robert (eds.) *Change and Continuity in Twentieth Century America: The 1920's*, Columbus: Ohio State University Press.

Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza: los movimientos sociales en la era de Internet*, Madrid: Alianza Editorial.

Clark, G. (1977). *The Japanese Tribe: Origins of a Nation's Uniqueness*, traducido por Masumi Muramatsu, Tokio: Simul Press.

Cole, R.E. (1971). The Theory of Institutionalization: Permanent Employment and Tradition in Japan, *Economic Development and Cultural Change*, *20*(1), pp. 47-70.

Dale, P.N. (1986). *The Myth of Japanese Uniqueness*, Nueva York: St. Martin's Press.

Doi, T. (1973). *The Anatomy of Dependence*, Tokio: Kodansha International.

Dore, R. (1973). *British Factory-Japanese Factory: The Origins of National Diversity in Industrial Relations*, London: George Allen and Unwin Ltd.

Drucker, P. (1971). What we can Learn from Japanese Management, *Harvard Business Review*, 49(2).

Embree, J. F. (1939). *Suye Mura, a Japanese Village: A Japanese Village*. University of Chicago Press.

Escalante Gonzalbo, F. (2014). *Historia mínima del neoliberalismo*, México, D.F.: El Colegio de México.

Garon, S. (1992). *El Estado y los trabajadores en el Japón contemporáneo*, Madrid: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.

_____ (1997). *Molding Japanese Minds: The State in Everyday Life*, Princeton, Nueva Jersey: Princeton University Press.

Gellner, E. (1964). *Thought and Change*, Londres: Weidenfeld and Nicolson.

Gibney, F. (1982). *Miracle by Design: The Real Reasons Behind Japan´s Economic Success*, Nueva York: Times Books.

Gluck, C. (1985). *Japan´s Modern Myths, Ideology in the Late Meiji Period*, Princeton, Nueva Jersey: Princeton University Press.

Goodman, R. (2005). Making Majority Culture. *A Companion to the Anthropology of Japan*, capítulo *5*, pp. 59-72.

Gordon, A. (1998). *The Wages of Affluence. Labor and Management in Postwar Japan*, Cambridge, Mass.: Harvard University Press.

_____ (1998b). The Invention of Japanese Style Management, en *Mirror of Modernity: Invented Traditions in Modern Japan*, ed. Stephen Vlastos, Berkeley: University of California Press.

Haghirian, P. (2016). Japanese Management in the Twentieth Century, *Routledge Handbook of Japanese Business and Management*, Londres: Routledge.

Hall, R. K. (Ed.). (1974). *Kokutai no Hongi: Cardinal principles of the national entity of Japan*, Newton, Mass.: Crofton Publishing Corporation.

Hamada, T. (1997). Absent Fathers, Feminized Sons, Selfish Mothers and Disobedient Daughters: Revisiting the Japanese *Ie* Household, *JPRI Working Paper*, (33), San Francisco.

_____ (2005). The Anthropology of Japanese Corporate Management en, *A Companion to the Anthropology of Japan,* editado por Jennifer Roberts, GB: Blackwell Publishing Ltd.

Hamaguchi, E. (1980). Nihonshakairon no paradaimu kakushin wo mezashite (Towards a Paradigmatic Change in the Theories of Japanese Society), *Gendai Shakaigaku* (*Reviews of Contemporary Sociology)*, 1(29) (citado por Yoshino, 1992).

Harootunian, H.D. (2000). *Overcome by Modernity. History, Culture, and Community in Interwar Japan*, Princeton, NJ: Princeton University Press.

Hatsuse, R. (ed.) (1985). *Uchi naru kokusaika*, Tokio: Sanryō Shobō (citado por Morris-Suzuki, 1998)

Hazama, H. (1980). Grupismo e Individualismo, en *Genzai no Espuri*, (160), pp.22-30.

Hobsbawn, E. y Ranger, T. (1983). *The Invention of Tradition*, Cambridge, Mass.: Cambridge University Press.

Horkheimer, M. y Adorno, T.W. (1972). *Dialectic of Enlightenment*, Nueva York: Seabury Press.

Huish, D.J. (1972). The *Meirokusha*: Some Grounds for Reassessment, *Harvard Journal of Asiatic Studies,* 32, pp. 208-229.

Hunter, J. (2005). Gender, Economics and Industrialization: Approaches to Economic History of Japanese Women, 1868-1945, en Tomida, H. y Daniels, G. (eds.), *Japanese Women, Emerging from Subservience, 1868-1945*. Folkestone: Global Oriental, pp. 119-144.

Iizuka, K. (1952). *The Mental Climate of Japan***,** Tokio: Nihon Hyōronsha.

Ishida, E. (1974). *Japanese Culture: A Study of Origins and Characteristics*, Tokio: University of Tokyo Press.

Itō, K. (1998). The Invention of Wa and the Transformation of the Image of Prince Shōtoku in Modern Japan, en *Mirror of Modernity: Invented Traditions in Modern Japan*, ed. Stephen Vlastos, Berkeley: University of California Press.

Jiro, K. (1961). Kindai Nihon no seishin kozo. *Structure of Ideas in Modern Japan*.

Kahn, H. (1970). *The Emerging Japanese Superstate: Challenge and Response*, Englenwood Cliffs, Nueva Jersey: Prentice Hall.

Kawai, H. (2000) (ed.). *Nihon no furonteia wa nihon no naka ni aru* [Report of the Prime Minister's Commission on Japan's Goals in the 21st Century]. Tokyo, Japan: Kodansha.

Kawai, Y. (2009). Neoliberalism, Nationalism, and Intercultural Communication: A Critical Analysis of a Japan's Neoliberal Nationalism Discourse under Globalization, *Journal of International and Intercultural Communication*, 2(1), 16-43. Recuperado de http://dx.doi.org/10.1080/17513050802567049

Kawakatsu, H. (1991). *Nihon bunmei to kindai seiyō*, Tokio: Nihon Hōsō Shuppan Kyōkai.

_____ (1992a). Shakai no bussan fukugō toshite no bunmei, *Mugendai*, (91), pp. 37-45 (citado por Morris-Suzuki, 1998).

Kawashima, T. (1950). *The Familial Structure of Japanese Society*, Tokio: Nihon Hyōronsha.

_____ (1957). *Ideorogii to shiteno kasoku-seido* (The Family System as an Ideology). Tokyo: Iwatani Shoten, (citado por Hamada, 2005).

Kawatō, A. (1995). Ajiateki kachi o kōete, *Chūō Kōron*, diciembre de 1995:45-53 (citado por Morris-Suzuki, 1998).

Kishida, K. (1947). *A Theory of the Abnormalities of the Japanese*, Tokio: Hyōronsha (citado por Yoshino, 1992)

Kuki, S. (1930). Iki no kozo (La estructura del iki), trad. al español por Falero, Alfonso J., *Analecta Malacitana*, 27(1), 2

Kumazawa, M. (1996). *Portraits of the Japanese workplace: labor movements, workers, and managers*. Westview Pr. (citado por Gordon, 1998).

Kunihiro, M. (1976). The Japanese Language and Intercultural Communication, *The Japan Interpreter* 10(3/4), 267-283, (citado por Yoshino, 1992).

Lévy-Strauss, C. (1979). Myth and Meaning. Cracking the Code of Culture. New York: Schocken

Mahathir, bin M. y Ishihara S. (1994). *"No" to ieru Ajia*, Tokio: Kōbunsha (citado por Morris-Suzuki, 1998).

Marsh, R.M. y Mannari, H. (1977). Organizational Commitment and Turnover: A Prediction Study, *Administrative Science Quarterly*, pp. 57-75.

Marshall, B. (1967). *Capitalism and Nationalism in Prewar Japan: The Ideology of the Business Elite: 1868-1941*, Stanford, Cal.: Stanford University Press.

Masuda, Y. (1967). *The Conditions of Pure Culture*, Tokio: Kōdansha.

Matsumoto, M. (1988). *The Unspoken Way. Haragei: Silence in Japanese Business and Society*, Tokio: Kodansha International.

Matsushita, K. (1986). *My management philosophy*. National Productivity Board.

Miller, R. A. (1982). *Japan's modern myth: The language and beyond*. Weatherhill, Incorporated.

Minami, H. (1953, 1971). *The Psychology of the Japanese*, Traducción al inglés por Albert. R. Ikoma, Tokio: University of Tokyo Press.

Miyoshi, M. y Harootunian, H.D. (eds.) (1989). *Postmodernism and Japan*, Durham y Londres: Duke University Press

Morita, A. (1987). *Made in Japan, Akio Morita and Sony*, NuevaYork: Signet.

Morris-Suzuki, T. (1998). *Cultura, etnicidad y globalización. La experiencia japonesa*, Buenos Aires: Siglo XXI Editores, S.A. de C.V.

Mouer, R. y Sugimoto, Y. (1986). *Images of Japanese Society: A Study in the Social Construction of Reality*, Londres: Kegan Paul International.

Murakami, Y., Shunpei K. y Seizaburo S. (1985). Ie Society as a Pattern of Civilization: Response to Criticism, *Journal of Japanese Studies*, 11:1.

Nakane, Ch. (1970). *Japanese Society*, Tokio: Charles E. Tuttle Co. Publishers.

Narroway, L. (2008). Simbols of State Ideology: The Samurai in Modern Japan, *New Voices Volume 2: A Journal for Emerging Scholars of Japanese Studies in Australia*, Sidney: The Japan Foundation.

Nishikawa, N. (1992), *Kokkyō no kōekata*, Tokio: Chikuma Shobō (citado por Morris-Suzuki, 1998).

_____ (1996). Two Interpretations of Japanese Culture, en Denoon, D. et al. (eds.) *Multicultural Japan: Palaeolithic to Postmodern*, Cambridge: Cambridge University Press 1996, pp. 245–264.

Nitobe, I. (1905). *Bushidō, the Soul of Japan: An Exposition of Japanese Thought*, Londres: GP Putnam'sSons.

Odaka, K. (1986). *Japanese Management: A Forward-Looking Analysis*, Tokio: Asian Productivity Organization.

Ohmae, K. (1990). *The Borderless World: Power and Strategy in the Interlinked Economy*, Londres: Fontana.

Osawa, M. (1992). Corporate-Centered Society and Women´s Labor in Japan Today, *U.S.-Japan Women´s Journal*, (3).

Ouchi, W.G. (1981). *Theory Z: How American Business Can Meet the Japanese Challenge*, MA: Addison-Wesley.

Pascale, R.T. y Athos, A.G. (1981). *The Art of Japanese Management: Applications for American Executives*, Nueva York: Simon and Schuster.

Poggi, G. (1990). *The State: Its Nature, Development, and Prospects*. Stanford: Stanford University Press.

Pyle, K.B. (1973). The Technology of Japanese Nationalism: The Local Improvement Movement, 1900–1918. *The Journal of Asian Studies*, *33*(1), pp. 51-65.

_____ (1982). The Future of Japanese Nationality: An Essay in Contemporary History, *Journal of Japanese Studies*, 8(2).

Ranis, G. (1955). The Community Centered Entrepreneur in Japanese Development. *Explorations in Economic History*, 8(2).

Reischauer, E.O., y Jansen, M.B. (1977). *The Japanese Today: Change and Continuity*, Harvard University Press.

Rimmer, P.J. y Morris-Suzuki, T. (1999). The Japanese Internet: Visionaries and Virtual Democracy, *Environment and Planning A*, 7(31), 1189-1206.

Rohlen, T.P. (1974). *For harmony and strength*. Berkeley. Cal.: University of California Press.

Said, E. (1978). *Orientalism*, Nueva York: Pantheon Books.

Scheiner, I. (1998). The Japanese Village. Imagined, Real, Contested, en *Mirror of Modernity: Invented Traditions in Modern Japan,* ed. Stephen Vlastos, Berkeley: University of California Press.

Sethi, S. P., Namiki, N., y Swanson, C. L. (1984). The Decline of the Japanese System of Management, *California Management Review*, *26*(4), pp. 35-45.

Shibata Y. (2014). Ideas and Practices of the Kyoto School of Japanese Geopolitics, en Shimazu, T. (ed.) (2014), *Languages, Materiality, and the Construction of Geographical Modernities*, Japón: Wakayama University.

Shiga, S. (1937). Nihon Fukei-ron (Theory of the Japanese Landscape).

Smith, A.D. (1988). The Myth of the 'Modern Nation' and the Myths of Nations, *Ethnic and Racial Studies*, 11(1).

Suzuki, D. (1959). *Zen and Japanese Culture*, Nueva York: Bollingen Foundation.

Suzuki M., Ito M, Ishida M., Nihei N. y Maruyama M. (2010). Individualizing Japan: Searching for its Origin in First Modernity, *The British Journal of Sociology*, 3(61), pp. 513-538.

Tanaka, H. (1995). *Zainichi gaikokujin*, Tokio: Iwanami Shōten (citado por Morris-Suzuki, 1998).

Tanaka, M. (1987). *Cultura popular y estado en Japón 1600-1868. Organizaciones de jóvenes en el autogobierno aldeano*, México: El Colegio de México.

Tilly, C. (1992). *Coerción, capital y los Estados europeos, 990-1990*. Madrid: Alianza editorial.

Tönnies, F. (1855). *Community and Society*, Nueva Jersey: Transaction Books.

Tsunetomo, Y. (1979). *Hagakure: The Book of the Samurai*, Berkeley: Shambhala Publications.

Tsukasa Sh. (1951*). Mono no mikata ni tsuite - Sobre la forma de mirar las cosas-* (citado por Yoshino, 1992).

Tsunoda, T. (1978). *Nihonjin no Nō: Nō no Hataraki to Tōzai no Bunka*, Tokio: Taishūkan, (citado por Befu, 2001).

Tsutsui, W. M., y Mazzotta, S. (2015). The Bubble Economy and the Lost Decade: Learning from the Japanese Economic Experience. *Journal of Global Initiatives: Policy, Pedagogy, Perspective*, *9*(1).

Ueno, Ch. (1996). Modern Patriarchy and the Formation of the Japanese Nation State, *Multicultural Japan. Paleolithic to Postmodern*, 213-223.

Ueyama, Sh. (ed.) (1990a). *Nihon bunmeishi no kōsō*, 7 volúmenes, Tokio: Kadokawa Shoten (citado por Morris-Suzuki, 1998)

_____ (1990b). *Juyō to sōzō no kiseki*, 1, Ueyama, Shunpei (ed.) (1990a), *Nihon bunmeishi no kōsō*, 7 volúmenes, Tokio: Kadokawa Shoten (citado por Morris-Suzuki, 1998)

Upham, F.K. (1998). Weak Legal Consciousness as Invented Tradition, en *Mirror of Modernity: Invented Traditions in Modern Japan*, ed. Stephen Vlastos, Berkeley: University of California Press.

Usui, K. (2014). *Marketing and Consumption in Modern Japan*, Oxford, GB: Routledge.

Vaszkun, B. y Tsutsui, W.M. (2012). A Modern History of Japanese Management Thought, *Journal of Management History*, *18*(4), 368-385.

Vogel, E.F. (1979). *Japan as Number One: Lessons for America*, Cambridge: Harvard University Press.

Watanabe, S. (1974). *Nihongo no kokoro*, (*The Soul of the Japanese Language)*, Tokio: Kōdansha, (citado por Yoshino, 1992).

Watsuji, T. (1935). *Fūdo*, Tokio: Iwanami Shoten.

Whitehill, A.M. y Takezawa, S. (1968). *The Other Worker: A Comparative Study of Industrial Relations in the United States and Japan,* East-West Center Press.

Wolferen, van K. (1989). *The Enigma of Japanese Power: People and Politics in a Stateless Nation*, Londres: MacMillan.

Woronoff, J. (1985). *Inside Japan Inc*., Gran Bretaña: The Macmillan Press Ltd.

Yanagita, K. (1963c). Saijitsu kō, en *Teihon Yanagita Kunio shū*, 11, Tokio: Chikuma Shobō, (original publicado en 1946), (citado por Morris-Suzuki, 1998).

_____ (1964a). Tanoshii seikatsu, en *Teihon Yanagita Kunio shū,* 30, Tokio: Chikuma Shobō, (original publicado en 1941) (citado por Morris-Suzuki, 1998).

Yoneyama, T. (1989). *Basic Notions in Japanese Social Relations*, Richmond, Ind.: Institute for Education on Japan, Earlham College.

Yoshimatsu, A. (1972). The Japanese Corporation: Its Structure and Dynamics, *The Wheel Extended: A Toyota Quarterly Review*, 2(2), pp. 3-12.

Yoshino, K. (1992). *Cultural Nationalism in Contemporary Japan: A Sociological Enquiry*, Londres: Routledge.

_____ (ed.) (1999). Rethinking Theories of Nationalism. Japan's Nationalism in a Marketplace Perspective, en *Consuming Ethnicity and Nationalism. Asian Experiences*, Honolulu: University of Hawaii Press.

Yoshino, M.Y. (1969). Japan's Managerial System: Tradition and Innovation, *IMR Industrial Management Review*, *10*(3), 82.