



“De cuando Japón arribó al Bajío mexicano: nuevas configuraciones de los espacios físicos y simbólicos en Guanajuato y su relación con la presencia de empresas japonesas de la industria automotriz”

T E S I S

**Que para obtener el grado de
Doctora en Ciencias Sociales**

Presenta

María del Jazmín Hernández López



“De cuando Japón arribó al Bajío mexicano: nuevas configuraciones de los espacios físicos y simbólicos en Guanajuato y su relación con las empresas japonesas de la industria automotriz”

T E S I S

**Que para obtener el grado de
Doctora en Ciencias Sociales**

Presenta

María del Jazmín Hernández López

Director de tesis

Dr. Francisco Javier Peña de Paz

San Luis Potosí, S.L.P.

Mayo, 2023

Agradecimientos

Me gustaría comenzar expresando mi gratitud hacia los miembros del comité de tesis, conformado por la Dra. Carmen Bueno Castellanos, el Dr. Edgard Talledos Sánchez y el Dr. Francisco Peña de Paz, quienes amablemente se adecuaron a los tiempos requeridos para revisar, comentar y ayudar a concluir este trabajo de investigación después de tanto tiempo. Agradezco también a El Colegio de San Luis A.C. y al consejo académico por brindar las prórrogas necesarias y enviar los requerimientos para poder concluir y obtener el grado de Doctorado en Ciencias Sociales.

Aunque ya no pienso dedicar mi desarrollo profesional dentro del ámbito académico, agradezco a todas aquellas personas que confiaron y me alentaron a concluir este proceso para considerarlo como un gran logro dentro de mi formación personal y profesional.

Asimismo, agradezco especialmente a las personas que me ayudaron con sus pláticas, conversaciones y experiencias compartidas para poder realizar este proyecto de tesis; algunos aparecen mencionados aquí, algunos otros no, pero a todos los recuerdo con especial interés.

INDICE

Capítulo I Estructura de la Investigación | 6

Introducción | 7

Planteamiento de investigación | 8

 La presencia de las automotrices japonesas en el Bajío | 8

 La jerarquía social y auto exclusión cultural | 14

El Estado transnacional | 15

Objetivos | 18

Justificación | 19

Marco teórico conceptual | 20

 Transnacionalismo, migración y cambios locales | 20

 El espacio como representación social | 22

 En camino hacia los espacios sociales transnacionales | 25

Metodología y técnicas de investigación | 28

Capítulo II De lo global a lo local: la industria automotriz en México y la potencialización del Bajío guanajuatense como región industrial | 33

La actualidad de la industria automotriz en México | 34

Los clústeres automotrices y las empresas de proveeduría en México | 38

Industria automotriz regional: el Bajío como región potencializada | 44

Armando una etnografía del paisaje urbano industrial de Guanajuato | 49

 León de los Aldama | 52

 Irapuato | 57

 La Puerta de Oro del Bajío: Celaya | 61

Capítulo III El Estado transnacional como proceso de negociación para la permanencia dentro del mercado y la economía global. El caso de Guanajuato y su relación con la industria automotriz | 64

Introducción | 65

Guanajuato, un legado tecnócrata panista | 68

La transnacionalización y los Estados – nación | 71

Hacia la concepción de un Estado de orden transnacional: el caso de Guanajuato y su relación con la industria automotriz japonesa | 76

Capítulo IV Japoneses, mexicanos y sus convivencias: hacia la búsqueda de la comunicación intercultural | 85

Introducción | 86

Cuestiones metodológicas para el trabajo con japoneses y un fragmento de relato etnográfico del diario de campo | 87

El maestro Hayashi y los amigos nikkei de Perú | 92

Japón sistémico: los diversos sistemas que estructuran la conformación del modelo laboral japonés | 99

Relaciones laborales y el choque de la diferencia entre mexicanos y japoneses | 106

La comunicación intercultural como fomento al diálogo e intercambio cultural entre mexicanos y japoneses | 111

Anexo de fotos | 115

Capítulo V Conclusiones | 118

Bibliografía | 128

Capítulo I Estructura de la investigación

Introducción

En la actualidad parece que nos encontramos en tiempos en los que la dinámica de vida cotidiana de las personas y del núcleo social se mueve entre la lógica de la globalización y los sistemas locales. Durante décadas, ha existido una parte de la comunidad científico-social que ha determinado la homogeneización de la globalización, como aspecto totalizador que atenta en contra de las formas y prácticas locales, especialmente cuando se trata de temas como la economía, la identidad social y la cultura de las personas. Sin embargo, también ha surgido otra perspectiva teórica que considera no necesariamente la totalización del sistema mundo, sino que se orienta hacia una relación dual entre lo global y lo local; una perspectiva que desde los estudios antropológicos y sociológicos se ha denominado como la *glocalidad*, y que es entendida como la serie de cambios y transformaciones que surgen en los espacios locales a consecuencia de la globalización. En estos espacios y lugares no se pierden identidades ni tampoco el “monstruo” de la globalización arrasa con todo a su paso, como se ha querido ver desde posturas extremistas. Por el contrario, son espacios en constante cambio y dinamismo, que ciertamente están expuestos a la rapidez voraz del globo, pero que en esa inmediatez se confrontan con las estructuras locales, creando así espacios en donde la frontera entre lo local y global parece reducirse con mayor frecuencia.

La *glocalidad* permite atender diversas problemáticas sociales que acontecen hoy en día, pues al ser una categoría dual que combina dos conceptos y dos perspectivas, ofrece la posibilidad de plantear un análisis abierto y movable. Asimismo, es una categoría que se relaciona de forma completamente directa con la economía mundial, los mercados internacionales, los sistemas transnacionales de empresas y migraciones laborales, así como con las nuevas transformaciones de los estados nacionales a posibles estados transnacionales. Es en este sentido, que se piensa en esta perspectiva para comenzar a plantear el problema de investigación que concierne en este documento.

La región Bajío de México conformada por varios municipios de entidades como Querétaro, Guanajuato, San Luis Potosí, Jalisco y Aguascalientes, se encuentra desde hace varias décadas en una estrepitosa dinámica de procesos y cambios que se orientan hacia el desarrollo económico y crecimiento industrial de la zona. Este fenómeno de expansionismo

industrial se relaciona evidentemente con la voracidad del sistema capitalista y la lógica transnacional que actualmente domina en su estructura económica. La globalización también es factor funcional de la estructura capitalista expansionista, y una tendencia que está prevaleciendo es la conformación de regiones específicas que representan nuevos polos de atracción para el establecimiento de las empresas transnacionales de orden mundial.

Es preciso entonces, comenzar por exponer el problema de investigación que aquí concierne, el cual busca principalmente identificar la estructura y funcionamiento de las configuraciones, cambios y transformaciones que experimentan los espacios sociales relacionados con la industria automotriz japonesa y sus habitantes, dando origen a la posible creación de una región económica caracterizada por la presencia constante del sector automotriz japonés; la hipótesis es que las ciudades y localidades expuestas a la industrialización en el Bajío, se configuran y cambian en relación a dos aspectos claves que pueden llevar a caracterizar una nueva región económica en el país: primero por la inmersión global de las empresas automotrices (en este caso, prestando particular atención a las japonesas) y todo el complejo de elementos económicos, políticos, socio-culturales y simbólicos que implica esa introducción, y segundo, debido a las relaciones sociales y de interacción que surgen de forma local al encontrarse con ese complejo de elementos globales.

Planteamiento de investigación

La presencia de las automotrices japonesas en el Bajío

Si nos ubicamos ahora en el panorama de las empresas transnacionales japonesas, podemos ver que indudablemente son parte del proceso globalizador y de sus conexiones mundiales, y su lógica globalizante responde en gran medida al contexto de intercambio comercial e inversión extranjera mundial. Japón es un país que se caracteriza por tener un amplio mercado competitivo en la rama de producción automotriz; la estructura empresarial de los japoneses se ve claramente representada en su primer modelo de producción, que se denomina “Toyotismo” y se relaciona con la marca de automóviles Toyota. Este modelo de producción hace énfasis en el “proceso productivo y su transformación organizativa

sintetizada en la aplicación y control total de la calidad y la administración justo a tiempo”. El Toyotismo se centra en un cambio en las relaciones sociales durante los procesos de producción, con la intención de lograr un proceso participativo y de involucración por parte del trabajador con la empresa en general. De la misma forma, busca lograr una producción exitosa y efectiva con un mínimo de desperdicios y tiempos muertos (De la Garza, 2006: 22).

Esta ideología que surge de los postulados empresariales de Japón, se ha conectado con diversas formas laborales en varias partes del mundo, en razón de la expansión económica de la industria automotriz y del carácter inversionista que posee el país, colocándose como la segunda nación inversionista a nivel mundial después de Estados Unidos. Los japoneses han movilizado su tecnología industrial y su modo de producción en países del continente americano como Brasil, Estados Unidos, Canadá y recientemente en México, nación que ha optado por la apertura trasnacional de su economía en las últimas décadas. Saskia Sassen como una de las principales estudiosas contemporáneas de la globalización, a finales del siglo pasado ya ofrecía una perspectiva del contexto de apertura de los mercados internacionales, pues asegura que desde los años 80 y 90 se produjo un cambio al interior de los estados nacionales, donde se comenzó a optar de forma voluntaria o necesaria hacia “la privatización, la desregulación, la apertura del mercado nacional a empresas extranjeras y la participación creciente de los actores económicos de las economías nacionales en el mercado global” (Ibid;1995).

México entró en esta apertura de mercados hace casi más de tres décadas, cuando en el año de 1983 optó por abrir unilateralmente su economía al exterior, respondiendo así a la problemática de la deuda externa que enfrentaba durante 1981 y 1982. Desde entonces, México ha firmado un total de 11 acuerdos con 46 países, dentro de los cuales destaca su relación con 3, que son los primordiales con los que intercambia el 90% de su comercio internacional. El primero es el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), firmado en 1992 y vigente a partir de 1994 con Estados Unidos y Canadá. El segundo es el Tratado de Libre Comercio México Unión Europea (TLCUEM) que se firmó en 1999 y entró en vigor desde el 2000, y el tercero que justamente fue convenido con Japón, es el

Acuerdo para el Fortalecimiento de la Asociación Económica México-Japón (AFAEMJ), firmado durante el 2004 y vigente desde el 2005 (González y Loaiza, 2015: 79-80).

A partir de la firma del AFAEMJ y de su entrada en vigor, la inversión japonesa comenzó a llegar en mayor medida a México, destacando principalmente la industria automotriz en la región Bajío del país: esta zona de México se conforma por varios municipios de entidades como Querétaro, Guanajuato, San Luis Potosí, Jalisco y Aguascalientes, y se encuentra desde hace varias décadas en una estrepitosa dinámica de procesos y cambios que se orientan hacia el desarrollo económico y crecimiento industrial. Este fenómeno de expansionismo industrial se relaciona evidentemente con la voracidad del sistema capitalista y la lógica transnacional que actualmente domina en su estructura económica.

En este contexto, el Bajío parece favorecer el contexto adecuado que buscan las empresas transnacionales en la actualidad; un lugar conformado por redes institucionales que apoyan la inversión foránea y favorecen la competitividad y cooperación empresarial. De esa forma, la región es capaz de definir y ejecutar ciertas estrategias de desarrollo industrial que transforman la dinámica de los espacios locales, creando aglomeraciones urbanas que modifican los territorios no sólo físicamente, sino también social y productivamente (Pérez, 2015: 204-206). Es decir, que los espacios tienden a industrializarse y crear urbanización en ellos, lo que crea también nuevas configuraciones en las relaciones sociales y culturales de las personas que cohabitan en esos entornos.

Hasta aquí se entiende que la región continua siendo un referente importante de estudio y análisis, porque al tratar con economía y mercados internacionales, es posible percatarse de que estos conceptos conciben los espacios en forma regionalizada; es decir, desde la lógica del mercado y el capital, se conciben los espacios como regiones económicas, de ahí que en el ámbito institucional y en los planes de desarrollo de gobiernos locales, los territorios y su jurisdicción se dividan en regiones económicas y culturales.

En este contexto, la región del Bajío mexicano parece estar configurándose en relación con el crecimiento industrial de empresas automotrices que desde la década pasada (mediados del año 2005), han comenzado a instalar importantes corredores y clústeres automotrices en estados como Guanajuato, San Luis Potosí y Aguascalientes. Estos cambios y configuraciones responden al mercado global de la industria automotriz, sin embargo, lo

interesante radica en la complejidad que se presenta cuando en cada uno de esos estados y sus ciudades, particularmente diferente de acuerdo a costumbres, ideas y experiencias de vida, adopta esa dinámica global y la mezcla con su cotidianidad local, teniendo así que las ciudades del estado de Guanajuato con presencia de industria automotriz están configurándose y cambiando de forma peculiar y quizá presenten diferencias con ciudades donde ocurre el mismo fenómeno, pero que pertenecen a otro estado, como San Luis Potosí por ejemplo.

La inversión japonesa se encuentra en varias ciudades del Bajío mexicano, especialmente en aquellas que conforman el corredor industrial automotriz que se considera representativo de la región, y que se vislumbra como el potencialmente apto para colocar al país como el principal clúster automotriz de América Latina, por encima incluso de Brasil. El corredor se localiza geográficamente en puntos de intersección entre las ciudades de Querétaro, Guanajuato, Jalisco, San Luis Potosí y Aguascalientes¹. Sin embargo, el estado de Guanajuato es donde la inversión japonesa ha llegado con mayor impacto económico, el ser el lugar donde actualmente se encuentran 4 armadoras automotrices japonesas: Hino Motors, empresa del Grupo Toyota inaugurada durante el año 2009 en el municipio de Silao, Mazda Motor Corporation, inaugurada en febrero de 2014 en el municipio de Salamanca, Honda de México inaugurada en febrero del 2013 en el municipio de Celaya, y Toyota Motor Manufacturing inaugurada en febrero del 2020 en el municipio de Apaseo el Grande.

Investigar las diferentes transformaciones y cambios físicos y simbólicos con la industrialización del Bajío, resulta atractivo en la medida que es un lugar pensado estratégicamente debido a su ubicación, pero que resulta extenso en términos de investigación, pues abarca el análisis de diferentes ciudades en diferentes estados. Sin embargo, existe el caso particular de un corredor industrial conformado por varias ciudades

¹ Es importante mencionar, que el caso de Aguascalientes corresponde a otro proceso de industrialización que comenzó a partir del año de 1982, cuando se instaló en el estado la armadora japonesa Nissan Mexicana, misma que se ha mantenido por más de 30 años en funcionamiento en el país, y la cual ha sido parte de un proceso particular de transformaciones y cambios, que generaron una dinámica socio-cultural específica entre los pobladores de la ciudad y los japoneses de la empresa. Más adelante en el desarrollo de la investigación, se plantea hacer un apartado correspondiente al caso de Aguascalientes, como referente de comparación entre el proceso de transformaciones y representaciones espaciales ocurrido ahí y lo que está recientemente aconteciendo en Guanajuato con este tipo de industrialización automotriz.

de Guanajuato (que podríamos considerar el corazón del Bajío), que actualmente se coloca como un importante centro de industria automotriz, específicamente conformado por transnacionales de origen japonés, y el cual representa un modelo ideal para ejemplificar y estudiar las modificaciones sociales, culturales, económicas y espaciales que suceden en la región.

En este contexto de industrialización tecnológica automotriz de municipios y localidades en Guanajuato, la pregunta de investigación se orienta a saber el cómo se configuran los espacios no sólo geográfica, sino también social y simbólicamente, puesto que ésta industria global porta consigo una serie de elementos económicos y políticos, pero también otros de carácter socio-cultural, donde en estos últimos entra la parte concerniente a los actores sociales que configuran y dan representación a los espacios. Dando así lugar a un posible planteamiento de investigación, el cual se relaciona con identificar y conocer el cómo se dan las configuraciones socioculturales y simbólicas en las ciudades donde se da con mayor intensidad la presencia de las empresas japonesas, así como identificar cuáles son los espacios más importantes o representativos donde se da el intercambio o quizá el choque cultural entre los japoneses que llegan en compañía de las empresas y los mexicanos oriundos de las ciudades donde se establecen esas empresas.

Retomando las ideas propuestas por Sassen sobre la globalización, la autora aborda el concepto de *ciudad global*, dentro del cual agrega que “las ciudades globales del planeta son el terreno donde se actualizan localmente una multiplicidad de procesos mundializantes”. Asimismo, expresa que este concepto hace hincapié en “la economía en red, en función de las actividades que se encuentra en ella: las finanzas y los servicios especializados, los nuevos sectores multimedia y las telecomunicaciones”, actividades todas estas que se caracterizan por la serie de conexiones e interconexiones de orden transnacional, así como por un reparto de especialidades entre las ciudades conectadas (1995).

Saskia Sassen desmenuza en una serie de hipótesis la noción de que la ciudad global forma parte de una nueva centralidad, en la que los sistemas económicos y sus mercados se expanden de diferentes formas debido a las nuevas tecnologías de comunicación que ayudan a una dispersión geográfica de grandes alcances. Explica que estas nuevas formas

de centralidades no necesariamente comparten la misma extensión con lugares geográficos como los centros urbanos y de negocios, sino que gracias a los sistemas de telecomunicaciones actuales, la economía global ha producido una nueva forma geográfica que también se considera periférica (Ibid:1995).

Se piensa entonces, en un estudio que determine la conexión existente entre las ciudades de Guanajuato con presencia de industria automotriz, analizándolas como ciudades no solo globales, sino glocales, que en conjunto conforman la configuración de espacios físicos y simbólicos que dan origen a una región económica con inversión de transnacionales de diversos países, pero que para este caso se considera particularmente a las japonesas. La problemática radica en determinar cuáles son los elementos característicos que podrían ayudar a definir ésta región, no sólo en sus alcances económicos territoriales o conexiones físicas entre ciudades, sino también en aquellos elementos de orden socio cultural e incluso de carácter político administrativo.

De esta manera se considera necesario atender algunos aspectos socio culturales como parte de las representaciones que pueden definir a esta región industrial, como es la dinámica de socialización que se presenta entre los japoneses que llegan con la industria y los mexicanos oriundos de diversas ciudades, es decir; aquellas relaciones interculturales y de interacción que se suscitan entre mexicanos y japoneses en los entornos relacionados a la industria automotriz, como por ejemplo el entorno o ambiente laboral de las empresas japonesas, que resultan ser los espacios donde mayor interacción tienen ambos grupos culturales.

Otros espacios de representación podrían ser aquellos mayormente frecuentados por los japoneses que viven temporalmente en las ciudades donde se localizan sus centros de trabajo, como restaurantes, plazas comerciales, escuelas y espacios deportivos y de recreación. Esto permitirá trazar la forma en que se van configurando las propias ciudades a través de sus espacios debido a la interacción directa e indirecta con las transnacionales japonesas, y algunos elementos que van a permitir el análisis de este proceso, se relacionan con la jerarquización social y el papel del Estado a nivel local.

La jerarquía social y auto exclusión cultural

Los japoneses que llegan en compañía de las empresas automotrices, como se mencionó anteriormente se rigen bajo cierto modo de producción, pero también bajo cierta forma jerarquizada de roles y cargos sociales que son sumamente arraigados en su forma de convivencia cultural. En la dinámica empresarial y corporativa, los japoneses mantienen un fuerte arraigo de pertenencia sobre el cargo que desempeñan, aspecto que resaltan como parte de su identidad cuando se encuentran en contraste con formas diferentes a las suyas. Un ejemplo de esto es la serie de problemáticas que han enfrentado las transnacionales japonesas tras su llegada a México, pues la forma de trabajo de los mexicanos contrasta en muchos aspectos con las formas japonesas.

En la empresa japonesa, la relación de los altos cargos o mandos, con los mandos medios y con los trabajadores promedio es de suma importancia, y aunque los cargos altos se ocupan de mantener una relación cercana con los de abajo, la diferencia en cuanto estatus social siempre será una frontera bien delimitada que difícilmente se podrá traspasar, pues existe un sistema cultural de trabajo sumamente arraigado en la ideología japonesa, el cual se analizará más adelante en esta investigación y mismo que permitirá entender la auto exclusión que generalmente parecen practicar los japoneses en México.

Y aunque lo anterior corresponde a un análisis centrado en los tipos de relaciones interétnicas que surgen y dan estructura a los espacios sociales, se piensa se puede abordar también a través de casos de estudio y de entrevistas a japoneses y mexicanos que han sido participes de compartir y convivir en espacios sociales determinados, donde evidentemente surgen las diferencias sociales y culturales, y donde es posible vislumbrar esas formas de jerarquización social propias de la cultura japonesa, que no siempre son bien vistas o bien aceptadas en el entorno laboral mexicano.

Los espacios sociales transnacionales en algunas ciudades locales del Bajío, particularmente de las que pertenecen al estado de Guanajuato, presentan una configuración que implica una serie de cambios orientados hacia la presencia de los japoneses que llegan con las empresas, y que en ocasiones pueden representar una tendencia hacia un especie de auto exclusión, pues son los mismos comensales nipones los que parecieran excluirse de los espacios cotidianos mexicanos, evitando el contacto social en la medida de lo posible. Un

ejemplo se puede apreciar en la supuesta separación y delimitación de viviendas para los empresarios japoneses ubicadas específicamente en la ciudad de León, donde incluso los caminos y vialidades se mejoraron y adaptaron (incluyendo señaléticas en idioma japonés) para facilitar su traslado desde ciudades como Celaya, Salamanca y Silao, que es donde se encuentran las armadoras automotrices. Otro ejemplo, son las facilidades que se les han otorgado en su estancia migratoria, con el establecimiento del Consulado japonés en la misma ciudad de León, así como los lugares (no necesariamente exclusivos) pero de los cuales se han apropiado espacialmente para reunirse a comer o a convivir como grupo étnico, y donde generalmente no hay mexicanos que entren en convivencia directa.

El asunto es, que en teoría parece que los japoneses como grupo sumamente homogéneo y fiel a la estructura cultural de la lógica empresarial japonesa, legitiman ciertos espacios y los hacen de su propiedad simbólica y cultural, de tal manera que se excluyen del resto de la sociedad que vive ahí, y que además es oriunda de muchos de esos lugares. Como menciona Padilla de la Torre en su estudio sobre japoneses en Aguascalientes: “a pesar de su presencia en algunos espacios públicos de la ciudad, las interacciones cotidianas con el resto de la población son escasas” (Ibid: 2016). Y esto se relaciona a que los japoneses pueden llegar a legitimar los espacios ligados a la empresa para la que trabajan, los cuales, a pesar de ser públicos como un restaurante o una plaza comercial, no se utilizan para socializar o interactuar con los mexicanos, sino meramente para continuar reproduciendo en la medida de lo posible su identidad como japoneses.

El Estado-transnacional

Otro factor importante que se piensa puede ser de gran utilidad para comprender la forma en que se configura el núcleo regional que representan las ciudades con mayor presencia industrial en Guanajuato, es el concerniente al órgano estatal y su papel administrativo con relación a las empresas japonesas que se han instalado en Guanajuato.

Retomando a Saskia Sassen, esta se ha encargado de visualizar a la figura del Estado-nación como contenedor de los procesos sociales y que además, se encuentra en constante cambio debido a la globalización; en este sentido, plantea que existe una nueva

configuración de las jerarquías escalares para la comprensión del papel que cumple el Estado y la nación consecuentemente. Al respecto, Sassen comenta:

“Los proceso y las formaciones globales pueden, y logran, desestabilizar la jerarquía de escalas centradas en el Estado-nación. El proyecto global de las grandes empresas, las nuevas capacidades que resultan de la tecnología de la información y el crecimiento de componentes supranacionales en la labor del Estado, comienzan a construir escalas estratégicas que van más allá de lo nacional” (Ibid: 2012).

Entre esas escalas se encuentra la subnacional (ciudades globales) y la supranacional (mercados globales). Esta estructura ha desestabilizado en últimas décadas el antiguo sistema de escala que se conformaba por un orden de mayor a menor, y que se organizaba de acuerdo con su alcance institucional y territorial: internacional, nacional, estatal, regional y local. Sassen nos dice, que esta jerarquía se presentaba de esa manera porque correspondía a la noción histórica del concepto de Estado moderno, que constaba de un proceso de nacionalización de casi todo lo concerniente a la sociedad. Sin embargo, esa noción ha cambiado, y el Estado moderno continúa funcionando pero no de la misma manera que sus primeros orígenes. El Estado ahora se mueve entre la categoría subnacional y la supranacional, es decir, se encuentra en medio de los procesos de la economía global y la lógica de las ciudades que reproducen localmente esa economía; podría considerarse ahora como un organismo de carácter transnacional, pues las naciones al verse “necesitadas u “obligadas” a la apertura de los mercados internacionales, suelen mostrarse condescendientes y abren sus fronteras y territorios para que otras naciones de mayor peso económico y de inversión se instalen y creen nuevos espacios de interconexiones y redes de mercado.

Este fenómeno de apertura transnacional ha ocurrido en los últimos años en México, y se intensificó en el Bajío a consecuencia de la firma del tratado comercial con Japón. En este sentido, es posible apreciar que el Estado guanajuatense, en este caso, es parte de una negociación que media entre los aspectos locales de su soberanía nacional-estatal, y la inminente tendencia globalizadora de las empresas transnacionales japonesas. Pero esto no quiere decir que el Estado se encuentre en una fase de declive, y Sassen es sumamente clara cuando explica que lo que ocurre es una “desnacionalización” de algunos componentes del

Estado-nación, que son los que permiten la flexibilidad de negociación en la lógica global. La participación de este organismo radica en su incorporación “al proyecto global a través de la disminución de su propia intervención en la regulación de las transacciones económicas en su territorio y sus fronteras” (Ibid: 2012).

La negociación de un Estado que de cierta forma se ha desnacionalizado para incorporarse a la economía global, es un claro referente de lo que sucede en Guanajuato y sus ciudades locales, donde la llegada de las empresas japonesas son el resultado de su apertura económica, pero también de la generación de espacios sociales transnacionales que se estructuran justamente a partir de la interacción entre los elementos de la globalización y lo local.

Hasta aquí se pretende mostrar una problematización y especialmente, una necesidad de estudiar la forma en que podría estar configurándose una nueva región en el país, misma que se caracteriza en gran medida por su dinamismo económico-industrial y por su apertura a la instalación y arribo de empresas de orden transnacionales. Este fenómeno valdría la pena estudiarlo desde la perspectiva de lo que se considera como la región Bajío de México, que históricamente está delimitada por ciertas características socio culturales, económicas y de orden territorial.

Y aunque son varias ciudades de estados como Jalisco, San Luis Potosí, Aguascalientes, Querétaro, Guanajuato y Nuevo León, las que a través de una compleja red de intercambio y comunicación de empresas que proveen, conforman y dan vida al corredor y clúster industrial automotriz más importante del país, la propuesta de estudio en esta tesis consiste en delimitar el análisis al estado de Guanajuato, pues este cuenta con un número considerado de armadoras automotrices establecidas en varias de sus ciudades, teniendo así una parte importante del clúster dentro de su territorio. No se puede determinar que Guanajuato por sí sola es la economía emergente y predominante de los estados con industria automotriz, sin embargo, sí destaca por ser el estado con mayor inversión de empresas japonesas, lo que genera diversos cambios y adaptaciones de los espacios sociales en las ciudades donde atraviesa el corredor industrial.

Por esta razón, se considera que Guanajuato reúne los requisitos necesarios para ejemplificar la manera en que se puede configurar una región económica, diferente a la

región del centro del país, que durante muchos años fue representativa de la industria automotriz en el país y donde llegaron a predominar las economías de Estado de México y Puebla como entidades productoras de automóviles. Finalmente, resumir que las características principales que se quieren estudiar y analizar a lo largo de esta tesis y que se piensa son elementos importantes que permiten comprender mejor el funcionamiento y estructura de una región, no sólo en aspectos físicos y territoriales, sino también en aquellos de orden socio cultural, son: los espacios físicos, donde destaca el paisaje urbano como elemento clave para observar los cambios y configuraciones en las ciudades y el flujo de capital que en éstas se mueve, los espacios sociales donde convergen mexicanos y japoneses de manera directa, siendo los espacios laborales el principal referente de análisis, y el papel administrativo y de política pública que desempeña el estado-nación, para que las empresas transnacionales permanezcan en su territorio; estos tres factores de estudio llevan pensar en la formación de una región transnacional y glocal a la vez.

Objetivos

Objetivo general: identificar, analizar y describir los cambios más importantes que pueden llegar a surgir en los espacios físicos y simbólicos de las ciudades y localidades de Guanajuato con presencia de empresas japonesas, tanto de forma global y a nivel general, así como de manera local y particular.

Objetivos particulares:

- Describir y analizar los principales cambios en el entorno urbano de las ciudades de Guanajuato por las cuales atraviesa el clúster automotriz de las armadoras japonesas.
- Identificar y analizar cuál o cuáles son los espacios de interacción social más representativos en Guanajuato donde se relacionan de manera directa y cercana mexicanos y japoneses.

- Estudiar el papel que desempeña el Estado-nación de Guanajuato y sus características administrativas y de política pública en relación con la presencia y permanencia de las empresas japonesas en su territorio.
- Analizar las diferencias culturales de las formas de trabajo del sistema japonés en contraste con el sistema mexicano.

Justificación

Abordar el tema de la presencia japonesa actual en México, es sin duda un tema de suma importancia y relevancia, pues el ámbito de la industria y desarrollo económico-tecnológico del país se relaciona ampliamente con los tratados y acuerdos que se han firmado y continúan firmándose con países asiáticos como Japón y China. En este sentido, existe una amplia inversión de capital asiático, y particularmente, de capital japonés en varios estados del país, siendo la región del Bajío la que actualmente se vislumbra como núcleo atractivo de las transnacionales asiáticas relacionadas a la industria automotriz. En esta lógica, el estado de Guanajuato ubicado en el centro de México, ha comenzado a posicionarse como uno de los principales productores automotrices en el país, apuntando a convertirse en años posteriores en el mayor clúster automotriz de la nación y de la región de América Latina, por encima de Brasil.

Lograr tal cometido, implica una serie de cambios y transformaciones en los espacios que hemos venido planteando en el problema de investigación, cambios que se reflejan en los aspectos físicos como las ciudades y sus procesos de urbanización tras la llegada de la industria, así como en aspectos que no se perciben con tanta facilidad, pero que se dan en ámbitos de las relaciones sociales, culturales y simbólicas. La llegada de la industria automotriz japonesa a Guanajuato, trae consigo la llegada del Japón propio, pues llega también una notable presencia de japoneses que permanecen viviendo por temporadas en las ciudades, algunas veces solos y otras en compañía de sus familias. Este fenómeno migratorio determina en gran medida la creación de nuevas configuraciones en las ciudades, así como nuevas dinámicas de interacción entre los pobladores oriundos de esas ciudades y los recién llegados, estableciendo formas particulares de socialización y de percepción de los unos hacia los otros.

Este proceso que genera nuevas dinámicas sociales en Guanajuato, es un tema que todavía no se aborda por la misma naturaleza de su reciente aparición. Lo anterior sitúa a este estudio, como una propuesta innovadora que ofrece mostrar la realidad que acontece en una región, donde la llegada de un fenómeno con características globales como lo es la industria automotriz japonesa, está generando diversos cambios a nivel local, y no sólo las personas que viven en esos entornos y ciudades que han comenzado a cambiar, sino también los mexicanos en general merecemos saber por qué estos extranjeros han venido a transformar nuestros lugares, nuestros territorios.

Ante la magnitud del proceso de cambios que ha comenzado a generar la industria en varias ciudades de Guanajuato, este estudio se plantea como un primer acercamiento para conocer los alcances de lo que podría generar la industrialización acelerada de la región, así como un ejercicio de reflexión para entender los tiempos actuales en los que vivimos, donde las ciudades se han vuelto espacios transnacionales en movimiento, con poblaciones culturalmente distintas que convergen en ciertos espacios, pero no con la intencionalidad de integrarse, sino más bien con la intención de reproducir ciertos intereses económicos.

Marco teórico conceptual

Trasnacionalismo, migración y cambios locales

El tema central de la investigación no contempla de forma directa la migración, sin embargo, al involucrar industria de origen japonés se implica la relación con el estatus migratorio de los residentes de ese país en México. En ese contexto se piensa particularmente en la migración transnacional y el transnacionalismo como referentes para situar y entender el contexto de los japoneses que llegan a radicar permanente o temporalmente en Guanajuato. Se dice que las migraciones se entienden como aquellos movimientos de poblaciones que van de su lugar de origen hacia un destino en otro país, y estas pueden deberse a decisiones familiares o individuales, étnicas o a consecuencia de factores políticos, sociales, económicos y a aquellos denominados como “expulsores-atractores entre naciones”. En este sentido, se entiende que las migraciones deben considerarse como procesos individuales o grupales, que además forman parte de un

proceso de mayores magnitudes, como lo es lo global y la propia globalización (Tavernelli, 2011).

Alejandro Portes (2009) es también uno de los estudiosos representativos de los fenómenos migratorios actuales, autor que destaca por sus análisis en relación con los conceptos de transnacionalismo y cambio social en la migración. Portes dice que existen diferentes niveles en los estudios de migración sobre los cambios sociales, y que se centran en “el micronivel de los individuos y familias” así como en el mesonivel “de las comunidades y las regiones”, y el macronivel “de los Estados nación y la economía global”. Un aspecto importante que menciona el autor, es que la profundidad de los procesos de cambio en la migración son variantes, teniendo así que:

Puede ser que los efectos sólo toquen la superficie de la sociedad, afectando a algunas organizaciones económicas, expectativas de rol o normas. Por otro lado, pueden adentrarse profundamente en la cultura, transformando el sistema de valores, o en la estructura social, transformando la distribución de poder (Portes, 2009: 18).

El transnacionalismo se puede interpretar como aquel que plasma procesos mediante los cuales los migrantes establecen relaciones sociales de carácter múltiple, que los conectan con sus sociedades de origen y procedencia. Se tiene así entonces, que la perspectiva transnacional de la migración, parte a establecer que los migrantes forman campos sociales que conectan localidades y países a través de redes de relaciones sociales, que a su vez es una construcción única capaz de transponer barreras y fronteras nacionales (Feldman, 2015).

Y justo como expresa Mauricio Salazar (2008), en la migración transnacional los aspectos que muestran cambios y dinámicas de transformación, son los hábitos culturales y la socialización de los grupos migrantes en los países receptores, pues se presenta una “metamorfosis” de los lazos familiares, así como la formación de complejas redes de organización. El autor también comenta, que se requiere de una perspectiva de carácter multifocal para abordar las relaciones sociales de los migrantes en relación “al estado, la nación, la cohesión social, la cultura oficial y la identidad colectiva” (Ibid: 2008).

El espacio como representación social

Es preciso comenzar por exponer el problema de investigación que aquí concierne, mismo que busca particularmente identificar la estructura y funcionamiento de las configuraciones, cambios y transformaciones que experimentan los espacios sociales relacionados con la industria automotriz japonesa y sus habitantes en la región Bajío de México; la hipótesis es que las ciudades y localidades expuestas a la industrialización japonesa de la región, se configuran y cambian en relación a dos aspectos claves: primero por la inmersión global de las empresas automotrices japonesas y todo el complejo de elementos económicos, políticos, socio-culturales y simbólicos que implica esa introducción, y segundo, debido a las relaciones sociales y de interacción que surgen de forma local al encontrarse con ese complejo de elementos globales. De esta relación entre lo global de las empresas automotrices y lo local de las ciudades donde se establecen, surgen espacios sociales de interacción que pueden denominarse como espacios sociales transnacionales, pues su dinámica se mueve entre la globalidad de las empresas japonesas y sus actores sociales, en conjunto con la localidad de pequeñas ciudades como León, Salamanca, Celaya, Silao y sus habitantes.

Para tratar de definir la conformación de la categoría de espacios sociales transnacionales, hay que partir de un acercamiento a la conceptualización del espacio social, no sin antes entender el espacio como una representación social en sí. De esta manera conviene destacar la noción de espacio desde la perspectiva geográfica propuesta por Henri-Lefebvre (2013), quien es conocido por su compleja triada conceptual compuesta por: las prácticas espaciales, las representaciones del espacio y los espacios de representación. Cada uno de estos tres elementos corresponde respectivamente a un tipo de espacio específico, teniendo así el espacio percibido, el espacio concebido y el espacio vivido. Al respecto, Lefebvre nos dice que:

El primero debe entenderse como el espacio de la experiencia material, que vincula realidad cotidiana (uso del tiempo) y realidad urbana (redes y flujos de personas, mercancías o dinero que transitan en el espacio) [...] El segundo es el espacio de los expertos, los científicos, los planificadores. El espacio de los signos, de los códigos de ordenación, fragmentación y restricción. El tercero, finalmente, es el espacio de la imaginación y de lo

simbólico dentro de una existencia material. Es el espacio de usuarios y habitantes, donde se profundiza en la búsqueda de nuevas posibilidades de la realidad espacial (2013, p. 15-16).

El autor propone de esta manera, que es importante visualizar la experiencia cambiante del espacio a través de la tensión existente en la triada anterior, lo que implica reivindicar la potencialidad de los espacios de representación, para poder actuar así sobre las prácticas y representaciones espaciales. Lefebvre (2013) es claro en decir que “no hay relaciones sociales sin espacio, y no hay espacio sin relaciones sociales”, lo que lleva a relacionarlo con Milton Santos (2000) y su concepción de que el espacio es el resultado de la inseparabilidad entre “sistemas de objetos” y “sistemas de acciones”. Para Santos (2000), el espacio debe ser considerado como parte de un proceso que se relaciona de la misma manera con condiciones sociales como con condiciones físicas; de ahí que identifica el espacio como un híbrido entre lo físico y lo social.

Santos (2000) asegura que los objetos y las acciones dinamizan el espacio, y este adquiere contenido a partir de que se reconoce el vínculo existente entre la sociedad y los individuos que la conforman; es decir, que el espacio se concibe como aquel donde confluyen relaciones de orden funcional, de reproducción y de cambio que se presentan en diferentes escalas y niveles. Así se configura la concepción de la territorialidad, que se liga funcionalmente a los cambios o configuraciones que presenta el espacio y que dependen de los propios procesos de articulaciones sociales. En este sentido, Milton Santos se ocupa verdaderamente de tratar de encontrar la naturaleza misma del espacio, que al igual que lo propuesto por Lefebvre, se basa en presupuestos filosóficos, sociales y geográficos para su concepción. Al respecto, Santos menciona que: “el espacio es concebido en su propia existencia, como una forma-contenido, es decir, como una forma que no tiene existencia empírica y filosófica si la consideramos separadamente del contenido y, por otro lado, como un contenido que no podría existir sin la forma que lo sustenta” (Ibid: 23).

Milton Santos es también conocido por su aporte sobre la “rugosidad” del espacio, lo que él define como las múltiples formas en que se puede entender la concepción del término, es decir su multidimensionalidad, en donde su estructura se interrelaciona con diversas formas representativas que permiten entender el espacio desde formas de conflicto, de

movimientos, de decisiones, desde su proceso histórico y hasta de su funcionalidad como un elemento de defensa o resistencia, que es en esta última parte donde adquiere su noción y significado de territorio. Desde una perspectiva personal, Santos presenta los fundamentos precisos para partir hacia la identificación de cómo se da la reproducción espacial, y aterrizando esta noción al tema de investigación, se podría decir que un elemento a conocer es la forma en cómo se presenta la producción espacial de los lugares en la región Bajío, a partir de la industrialización de la región por parte de las empresas automotrices japonesas.

En este sentido, el espacio lo podemos concebir como el “recinto de la cotidianeidad y de las representaciones sociales cuyas tradiciones se repiten a lo largo del tiempo, el territorio se percibe constitutivo de la identidad colectiva”. De igual forma, es un término complejo que puede manifestarse de maneras diferentes: “desde la dimensión doméstica hasta la colectiva, y su representación relaciona espacios que son centros simbólicos que configuran el plexo territorial y organizan la vida social” (Velasco, 2007: 54). Retomando nuevamente algunas ideas de Lefebvre respecto a los elementos simbólicos que se representan en el espacio, Paola Hernández dice que:

“Los espacios de representación son dinámicos, simbólicos y saturados de significados, así como contruidos y modificados en el transcurso del tiempo por los actores sociales. Estas construcciones están arraigadas en la experiencia y constituyen un repertorio de articulaciones caracterizadas por su flexibilidad y por su capacidad de adaptación; se encuentran llenas de elementos imaginarios y simbólicos que tienen su origen en la historia personal y colectiva” (2009: 11).

Se tiene así, que los espacios se conciben como construcciones que se relacionan no sólo con lo físico y geográfico, sino con las propias relaciones sociales de las personas que en ellos se presentan, y con sus sistemas de objetos y acciones que ahí mismo se reproducen. Los espacios se convierten entonces en representaciones y prácticas espaciales reproducidas por los individuos. En este sentido, la industrialización global de las empresas japonesas en el Bajío, implica estudiar sobre las representaciones del espacio que surgen en las localidades, y que se conforman por la noción del espacio como representación social de las relaciones sociales y de interacción que surgen en consecuencia de una experiencia de

orden glocal, donde uno de los elementos principales de su estructura es la multidimensionalidad, la multiescalaridad, la multiculturalidad y la propia transnacionalidad.

En camino hacia los espacios sociales transnacionales

Hasta ahora se ha mencionado a grandes rasgos, sobre el concepto de espacio desde una perspectiva geográfica, en donde se ha hecho el esfuerzo de combinar y destacar que el espacio se conforma por elementos físicos y de naturaleza humana y relaciones sociales. Sin embargo, aunque se entiende que los procesos espaciales son elementales para estudiar los acontecimientos y fenómenos que se presentan en las sociedades contemporáneas (como la misma globalización, la economía internacional y su relación con las lógicas locales), se tiene poca información sobre el espacio estudiado desde ciencias como la Antropología o la Sociología.

Ludger Pries desde una perspectiva sociológica, asegura que dentro del mundo real “todo lo espacial (y temporal) tiene para los hombres una dimensión social, y todo lo social, una espacial (y temporal)”. Asimismo, dice que cuando los hombres se refieren al término de espacio, lo hacen desde una idea ya preconcebida, algo ya pensado, apropiado y percibido “para su explotación o aprovechamiento, y es por tanto siempre un espacio social”. Teniendo así que “puede uno entender por espacio una relación de posición de elementos estructurados en las actividades humanas y mediante ellas” (Ibid, 2017: 80-81).

Pries presenta una definición de espacio social, el cual “se refiere a las relaciones de posición de elementos sociales que, como tales, cobran significado y estructura sólo a través de las actividades humanas [...] Con el concepto de espacio social se denomina un conjunto relacional ordenado de artefactos, prácticas sociales y sistemas simbólicos, el cual se refleja y reproduce de manera que estructura la acción, tanto en la conciencia de los hombres como en los objetos producidos por ellos” (Ibid; 2017: 90).

Por otra parte, desde la Antropología también se han realizado estudios concernientes sobre las espacialidades y su categoría socio-cultural, así como de orden transnacional. Setha M. Low y Denise Lawrence-Zúñiga (2003) nos dicen que el término de espacios transnacionales se usa para abarcar transformaciones espaciales globales, transnacionales y

translocales que se producen por la economía del capitalismo y que se centran especialmente en la gente en movimiento. En este sentido, se presentan tres diferentes enfoques para estudiar este tipo de espacios: los espacios globales, donde la economía global y los flujos del capital transforman los lugares locales, creando así espacios homogeneizados y desterritoriales. Luego se encuentran los propios espacios transnacionales como segundo enfoque, donde la economía globalizada y las personas se mueven a través de las fronteras, creando nuevos espacios transnacionales y relaciones territoriales. Finalmente, el enfoque de los espacios translocales, donde la globalización también cambia las relaciones sociales y los lugares, debido a las intervenciones de los medios electrónicos, la migración, las transformaciones espaciales y culturales.

El espacio global se concibe como el flujo de bienes, personas y servicios, así como el capital, la tecnología y las ideas a través de las fronteras nacionales y de las regiones geográficas, resultando de esto un posible proceso de desterritorialización del espacio, es decir, el espacio separado de los lugares. Sin embargo, a manera de opinión personal y en conjunto con la perspectiva de otros autores como Saskia Sassen, se piensa que la teoría de la desterritorialización a consecuencia de la globalización no es del todo acertada; lo cierto es que ocurre una relación donde los espacios globales se presentan como lugares en los que convergen esencias locales y globales a la vez, lo cual genera una nueva dinámica de concebir el espacio, el territorio y la propia concepción de la región.

Low y Zuñiga (2003) concluyen que cada una de estas perspectivas (lo global, transnacional y translocal) ofrecen un enfoque crítico a la espacialidad y a la producción del espacio que normalmente se tenían. La contribución antropológica a la comprensión de estas nuevas formas de espacialidad se centra en el individuo y en su movimiento en todo el mundo, enfocándose en el cómo hay una resistencia a las fuerzas de la globalización, al tiempo que reconoce la importancia subyacente de la economía política y el capital mundial en la producción y reproducción social. Esta perspectiva de mirar y entender nuevas formas y prácticas espaciales centradas en los procesos simbólicos de las personas, es la que alienta a continuar el estudio de los espacios sociales transnacionales en este proyecto de investigación, relacionando los tres enfoques aquí mencionados con la realidad empírica de los estudios de caso que se presentaran más adelante.

En este sentido, uno de los elementos claves para abordar el análisis de los espacios sociales transnacionales, es la multidimensionalidad de los espacios y la serie de relaciones multilocales que se generan en su interior. Si bien ya se ha dicho que los espacios sociales son, en compañía de los geográficos, híbridos que se configuran por elementos físicos y simbólicos, las relaciones sociales representan nuevamente una conjunción de ambos tipos de espacio. En el caso que interesa estudiar, la discusión se orienta a situar el caso de los japoneses de la industria automotriz en el Bajío, como miembros de una migración transnacional en la que se crean espacios transnacionales, y en los cuales surgen complejas redes de relaciones sociales que los mantienen en contacto con su país de origen, Japón. Están en México pero a través de los sistemas de comunicación y tecnología, pueden mantenerse en constante contacto con su país de origen, lo que crea complejas redes de intercambio de información que establecen vínculos entre las dos naciones, surgiendo así las relaciones multilocales y la reproducción de los espacios sociales transnacionales, donde lo local, lo global e incluso lo nacional convergen y superan la barrera de las fronteras espaciales y geográficas. Y justo como expresa Mauricio Salazar, en la migración de tipo transnacional los aspectos que muestran cambios y dinámicas de transformación, son los hábitos culturales y la socialización de los grupos migrantes en los países receptores, pues se presenta una “metamorfosis” de los lazos familiares, así como la formación de complejas redes de organización. El autor también comenta, que se requiere de una perspectiva de carácter multifocal para abordar las relaciones sociales de los migrantes en relación “al estado, la nación, la cohesión social, la cultura oficial y la identidad colectiva” (Ibid; 2008).

En este sentido, Salazar habla de espacios y relaciones multilocales, y establece que estas relaciones se vuelven complejas entre los migrantes, pues “juegan papeles diferentes en la región que dejaron y en la nueva región que habitan con otros migrantes. En lugar interactúan en un alto grado político-económico y en otro puede ser la interacción de forma pasiva”. Se tiene entonces, que los espacios sociales transnacionales son:

“realidades de la vida cotidiana que surgen esencialmente en el contexto de los procesos migratorios internacionales, que son geográfica y espacialmente difusas o “des-territorializadas” y que, al mismo tiempo, constituyen un espacio social que, lejos de ser puramente transitorio, constituye una importante estructura de referencia para las

posiciones y los posicionamientos sociales, que determina la praxis de la vida cotidiana, las identidades y los proyectos biográficos (laborales) y que, simultáneamente, trasciende el contexto social de las sociedades nacionales” (como se cita en Martínez, 2000).

Metodología y técnicas de investigación

Como se ha presentado a lo largo de este capítulo, la investigación aquí planteada se trata de un trabajo que busca observar y analizar la configuración de los espacios físicos, pero también de aquellos sociales y simbólicos, especialmente en las ciudades del estado de Guanajuato que forman parte del corredor industrial de la región, área donde se ubican con mayor presencia la industria automotriz japonesa.

Para la realización de trabajo de campo y la recolección de información necesaria para el estudio hasta ahora planteado, se procuró hacer uso adecuado del método etnográfico y la observación de todo aquello relacionado al tema de interés. Como se ha comentado en apartados anteriores, la información se recopiló a través de trabajo de campo en 3 ciudades de Guanajuato, lo que implicó intentar adecuarse al uso de una metodología que fuese capaz de abordar las características que se buscan de un mismo fenómeno con algunas similitudes, pero en general con diferencias particulares.

En ese sentido, se pensó en la Antropología como una ciencia que se ha caracterizado por perseguir su objeto de estudio de un lugar a otro, y los estudios sobre migración son un claro referente del cómo se presentan los espacios móviles donde también surgen relaciones y redes sociales móviles. Patricia Rivero habla de un investigador de tipo multilocal el cual debe:

“Construir diseños de investigación capaces de “mapear” el espacio social del grupo estudiado, esto es, analizar relacionamente los lugares en los que se mueven los sujetos de estudio. Justamente allí radica el aporte de los trabajos multisituados: no es la diversidad de sitios y localizaciones donde se ubica el investigador lo que contribuye en el plano metodológico, sino la construcción de un objeto de estudio centrado en las relaciones, asociaciones y vínculos entre esos lugares” (Ibid, 2017: 327).

De esta manera, el hecho de hacer observación de variables en tres lugares diferentes que a su vez son representativos de una región, llevó a pensar en un estudio “multisituado”. De modo que, el término de la etnografía multilocal puede ser utilizado como método de análisis para la investigación. Al respecto, George E. Marcus, es el autor que propone el término de etnografía multilocal, como una modalidad de investigación que surge y se incorpora al sistema del capital intelectual denominado como posmoderno, y que rompe con los estándares de la investigación clásica al dedicarse a la examinación de los procesos y la circulación de sus significados culturales en un tiempo y espacio un tanto difusos. A propósito, Marcus señala:

“Esta clase de investigación define por sí un objeto de estudio que no puede ser abordado etnográficamente si permanece centrado en una sola localidad intensamente investigada. En cambio, desarrolla una estrategia de investigación que reconoce los conceptos teóricos sobre lo macro y las narrativas sobre el sistema mundo pero no depende de ellos para delinear la arquitectura contextual en la que están enmarcados los sujetos [...] del mismo modo en que esta modalidad investiga y construye etnográficamente los mundos de vida de varios sujetos situados, también construye etnográficamente aspectos del sistema en sí mismo, a través de conexiones y asociaciones que aparecen sugeridas en las localidades” (Ibid, 2001:111-112).

El caso de la etnografía convencional que generalmente acostumbra a enseñarse desde las primeras etapas de la profesión antropológica, se coloca en su unilocalidad y solidificación de los estudios, ya que entre mayor delimitación y particularización de un tema y su área de estudio, mayor será la precisión del conocimiento ahí generado. En cambio, lo expuesto por Marcus hace ya más de una década en torno a los estudios multisituados, muestra que existe otra forma también válida de observar un mismo proceso en diferentes localidades, sin perder la importancia y particularidad del estudio.

La etnografía multilocal es entonces “un ejercicio de mapear un terreno, su finalidad no es la representación holística ni generar un retrato etnográfico del sistema mundo como totalidad. Más bien, sostiene que cualquier etnografía de una formación cultural en el sistema mundo es también una etnografía del sistema, y que, por tanto, no puede ser

entendida sólo en términos de la puesta en escena convencional de la etnografía unilocal” (Marcus, 2001: 113).

Al respecto, Marcus muestra la posibilidad de que los estudios de diversos sitios sean también los estudios de las relaciones entre esos mismos sitios, sin necesariamente recurrir a métodos comparativos, pues el comparar no siempre es la mejor opción para el caso de diversos lugares con diversas circunstancias y situaciones. Lo que debe tenerse en cuenta en los estudios multisituados, es la búsqueda de las conexiones y vinculaciones entre los lugares estudiados: “no centrar el trabajo del investigador en moverse en diferentes localizaciones para terminar realizando una comparación entre los lugares, sino construir un diseño de investigación que capte las vinculaciones entre diferentes localizaciones, que den cuenta del universo en el que los migrantes entretajan relaciones sociales” (Rivero, 2017: 332).

Marcus también señala la importancia de no considerar la etnografía multilocal, como meramente un ejercicio de comparación entre localidades, sino que más bien, la comparación surge a partir de plantearse las mismas preguntas sobre un mismo objeto emergente en las mismas localidades, “cuyos contornos, sitios y relaciones no son conocidos de antemano, pero que son en sí mismos una contribución para realizar una descripción y análisis que tiene, en el mundo real, sitios de investigación diferentes y conectados de manera compleja. El objeto de estudio es en última instancia móvil y múltiplemente situado” (Ibid, 2001: 115).

En este sentido, el método se centra en la etnografía de espacios que se configuran simbólicamente, lo que significa que para poder reunir la información descriptiva de un proceso que no resulta tan fácil de observar, se debe recurrir a técnicas como la aplicación de entrevistas a personas que se relacionen con la formación de esos espacios. Asimismo, se aplicaron una serie de entrevistas semi estructuradas a los actores sociales que de una u otra manera se relacionan con el fenómeno de las transnacionales japonesas en Guanajuato. No fue una tarea sencilla, ya que al interior de las representaciones simbólicas de los espacios sociales, se dan una serie de relaciones que involucran a diferentes tipos de actores, donde cada uno se identifica de acuerdo a su rol o actividad que desempeña en esa relación. En este contexto, representó un reto metodológico encontrar las maneras adecuadas para

acercarse a obtener la información y especialmente para la aplicación de entrevistas y la elección de personas referentes para el estudio.

Un elemento que ha sido constantemente cuestionado dentro del estudio, es el concerniente a la barrera del idioma del lado japonés. Sin duda, fue un elemento que siempre presentó un inconveniente, más no un imposible, por el contrario, fue un aspecto que también arrojó información sobre las formas y herramientas que utilizan los japoneses para comunicarse en un país extranjero. Aunado al idioma, cabe destacar la cuestión de género como un elemento que de cierta manera puede llegar a presentar limitantes, pues en este punto es importante comentar que la mayoría de las personas entrevistadas (particularmente del lado japonés) fueron hombres, lo que representó cierta dificultad para mi condición como mujer. No por cuestiones de vulnerabilidad o cosas relacionadas, sino más bien por tratar de introducirme en un entorno que en su mayoría está conformado por hombres, sin embargo, cabe mencionar que posicionándome como una investigadora y mostrando la seriedad correspondiente, fue posible lograr un acercamiento que permitió lograr la información necesaria para este estudio.

Asimismo, la propia categoría de estudio que se ha planteado en la investigación respecto a la rígida jerarquización social y cultural que existe entre los nacionales japoneses, fue también un elemento que complicó el acercamiento a esta población, dificultando la posibilidad de entrevistarse con aquellos pertenecientes a la gama más alta dentro de las empresas japonesas. Sin embargo, se lograron entrevistas con empleados medios, traductores, intérpretes y consultores, mismos que hablaban español con fluidez y que con la información proporcionada por ellos se logró dar una perspectiva diferente de la investigación.

A continuación, se muestra una base de datos donde se colocan los nombres, la ocupación y la nacionalidad de las personas que fueron parte de esta investigación y que ayudaron con sus testimonios a darle fondo y forma al estudio en cuestión. Es importante destacar, que aunque no todos son mencionados en el trabajo, sin duda sus opiniones sirvieron de referentes para contextualizar en gran medida lo que representa el fenómeno de la presencia de empresas japonesas en el Bajío.

Entrevistado	Ocupación	Nacionalidad
<i>Akira Ota</i>	Interprete	Peruano/japonés
<i>Katzuhiro Hayashi</i>	Consultor	Japonés
<i>Atsushi Endo</i>	Consultor	Japonés
<i>Manabu Chiyoda</i>	Interprete	Japonés
<i>Patricio Miura</i>	Empresario	Estadounidense/japonés
<i>Daisuke Sato</i>	Empleado	Japonés
<i>Ryo</i>	Empleado	Japonés
<i>Hiroshi Takashi</i>	Empleado	Japonés
<i>Takeru A</i>	Empleado	Japonés
<i>Taichi</i>	Empleado	Japonés
<i>David</i>	Encargado de restaurante japonés	Mexicano
<i>Juan Solís</i>	Comerciante	Mexicano
<i>Fernanda</i>	Ex empleada administrativa en Honda	Mexicana
<i>José Luis</i>	Ex empleado en Ayuntamiento	Mexicano
<i>Francisco</i>	Instructor en Club de Golf	Mexicano

Figura 2. Tabla de entrevistados, su ocupación y nacionalidad. Todos ellos al momento de entrevistarlos, se encontraban relacionados con la presencia de la industria automotriz en Guanajuato.

Capítulo II De lo global a lo local: la industria automotriz en México y la potencialización del Bajío guanajuatense como región industrial

La actualidad de la Industria Automotriz en México

En tiempos de la vorágine expansión del capital económico a lo largo y ancho del planeta, la industria automotriz representa uno de los sectores de mayor impacto socio económico a gran escala. Sin embargo, es indudable que a menor escala también es un factor que determina transformaciones de diversa índole en espacios locales. En un principio se habló del término de *glocalidad*, entendido éste como resultado de un proceso que mezcla lo global con los términos de las localidades. En este sentido, se piensa en la factibilidad de definir a la industria automotriz como parte de un proceso de carácter *glocal*, porque aunque se considere a este sector como un monopolio de orden mundial transnacional, representa también un fenómeno que funciona y se estructura desde características locales.

Pero antes de entrar a la discusión sobre el tema, es fundamental conocer algunos datos informativos sobre el contexto general de la industria automotriz en México, pues en las últimas décadas este sector ha sido clave en el crecimiento económico y mercado expansivo del país, colocándolo así entre los 6 primeros países productores y exportadores de automóviles a nivel global. Es importante recapitular el contexto histórico de la apertura de la industria automotriz en México, pues a partir de ahí se puede comenzar a comprender el papel que en la actualidad desempeña la política económica del país respecto a este sector.

Elena Bilbao en su libro sobre “El poder Global de la Industria Automotriz” (2010), identifica dos etapas históricas importantes para entender la configuración actual de este sector en México; una primera que se relaciona con la instauración de un modelo de economía tipo mixta en el país, que integraba a México como parte de los países subordinados a la economía mundial. Este modelo de economía mixta se destaca por el establecimiento de una política pública de orden nacionalista y proteccionista, que busca el desarrollo industrial de los países a través de la participación e intervención directa del Estado en los procesos económicos; lo que incentivaba el apoyo a la inversión privada y extranjera, y que fue a su vez el tiempo en que comenzaron a llegar las primeras armadoras automotrices estadounidenses a México en el año de 1925.

Por otra parte, Bilbao identifica un segundo momento donde la industria automotriz adquiere un rumbo diferente en el país, y que se refiere a cuando se plantea un cambio de modelo económico, del mixto a uno que favoreciera el liberalismo y la dinámica de relación comercial de México con la economía mundial. De esta manera el sector adquiere un rumbo diferente y a gran escala a partir de que el país firmó el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), donde se buscaba un acuerdo comercial para la apertura gradual y la liberación regional del comercio y la inversión del ramo automotriz para el año 2004. Sin embargo, antes de lograr implementar la apertura regional, se llevó a cabo una reforma estructural por parte del gobierno mexicano durante diciembre de 1993, donde se modificó la Ley de Inversión Extranjera, permitiendo con ello que durante el año de 1999 la inversión extranjera directa fuera del 100% y particularmente en el sector de empresas de autopartes. Este evento transformó la presencia de la industria automotriz en México, pues permitió que los costos de las proveedurías de las armadoras automotrices se optimizaran en varias partes del territorio mexicano (Ibid, 2010).

Para el año de 1990 había un aproximado de 133 empresas vinculadas al sector automotriz, número que aumentó a 567 durante el año 2000, donde 195 de estas se localizaban solamente en el corredor industrial que conforma el estado de Querétaro, Guanajuato, San Luis Potosí, Aguascalientes y Jalisco. En este contexto, la inversión extranjera directa automotriz comenzó a focalizarse en dos estados particularmente: Guanajuato y Estado de México, donde se inició a partir del año 2000, una contienda de orden estatal para ofrecer las mejores condiciones en mano de obra, capacitación laboral, espacios y lugares físicos para los parques industriales y facilidades en cuanto a política económica y pública, para atraer a las empresas a instalarse en una de estas entidades. Con la instalación de General Motors en el municipio de Silao en 1994, Guanajuato contaba en aquel entonces con 400 empresas extranjeras, de las cuales 203 eran referentes a la industria manufacturera (Bilbao, 2010).

En una monografía sobre el sector industrial automotriz del año 2012, elaborado por la Secretaría de Economía del Gobierno Federal de México, se menciona que durante el año 2011 cuatro de cada cinco vehículos manufacturados en el país se exportaban, siendo así

este sector el más importante en cuanto a exportaciones, con un 22.5% del valor de las exportaciones totales y superando por mucho al sector petrolero.

En este mismo documento se contabilizan 18 instalaciones productivas de empresas fabricantes de vehículos ligeros y vehículos comerciales, localizadas en 11 entidades federativas del país, que en funcionamiento dan vida a un clúster automotriz conformado por empresas que realizan desde los motores, el ensamble y blindaje del vehículo, hasta la fundición y el estampado. Para el año 2012 se producían un total de 48 modelos de automóviles y camiones ligeros comerciales, asimismo se localizaban 6 Centros de Ingeniería y Diseño automotriz en diferentes ciudades del país.

		Principales Modelos de Vehículos				
Chrysler	Ford	General Motors	Nissan	Volkswagen	Honda	Toyota
Crew cab	Fusión	Aveo	Platina	Beetle	CRV	Tacoma
Journey	MKZ	Chevy	Sentra	Beetle Cabrio		
RAM 1500	H 215	G3	TIIDA	Bora		
RAM 2500	LCF	Avalanche	Tsuru	Jetta		
RAM 3500	Fiesta	Captiva Sport	Estacas Lardo Diesel	Sportwagen		
Fiat 500		Escalade	Pick Up Doble Cabina			
		GMC Sierra	Pick Up Largo			
		Silverado	Chasis Largo			
		SRX SUV	Estacas Largo			
		Vue	Pic Up Largo Diesel			

Tabla 1. Elaborado con datos de la Secretaría de Economía del Gobierno Federal 2012.

CENTROS DE INGENIERÍA Y DISEÑO AUTOMOTRIZ		
UBICACIÓN	EMPRESA	ACTIVIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Toluca, Edo. de México. • Mexicali, Baja California Norte. • Manzanillo, Colima. 	NISSAN	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Estaciones de diseño asistido por computadora y taller de metal y madera. ➤ Cuenta con una máquina de modelado de CNC de cinco ejes para crear modelos tridimensionales de espuma y arcilla. ➤ Cuenta con laboratorios de emisiones de gases en Manzanillo, Acapulco y Ciudad de México. ➤ Pistas de prueba en Aguascalientes y CIVAC para performance (aceleración, frenado, consumo, ruido, A/C y emisiones), así como de durabilidad y desgaste del vehículo y sus componentes.
<ul style="list-style-type: none"> • Ciudad de México. 	FORD	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Diseño y desarrollo de componentes, sistemas y subsistemas automotrices. ➤ Inversiones proyectadas en Investigación y Desarrollo para elaborar un Plan Individual de Desarrollo Técnico para la Adquisición de Competencias Técnicas Necesarias para Cubrir los Requerimientos de Conocimiento que Exige el Diseño de los Productos en sus Diferentes Disciplinas.
<ul style="list-style-type: none"> • Toluca, Edo. de México. 	CHRYSLER	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Laboratorios de Investigación y Desarrollo Tecnológico. ➤ Aulas de capacitación, auditorio y sistema de comunicación satelital. ➤ Proyectos de investigación y pruebas de ingeniería de clase mundial, con grupos de investigación para el manejo de fluidos y la eficiencia en el consumo de combustible.
<ul style="list-style-type: none"> • Puebla, Puebla. 	VOLKSWAGEN	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Diseño interior y exterior de autos, desarrollo, pruebas y liberación de sistemas electrónicos auxiliares.
<ul style="list-style-type: none"> • Toluca, Edo. de México. 	GENERAL MOTORS	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ingenierías especializadas en interiores, calefacción y aire acondicionado. ➤ Validación del desarrollo de los productos.
<ul style="list-style-type: none"> • Ciudad Juárez, Chihuahua. 	DELPHI	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Diseñar y desarrollar nuevos productos y componentes con nuevas tecnologías. ➤ Desarrollos para la producción, ingeniería avanzada, diseño y desarrollo de procesos y celdas de manufactura a nivel mundial.

Tabla 2. Elaborada con información de la Secretaría de Economía del Gobierno Federal, 2012.

Los Clústeres automotrices y las empresas de proveeduría en México

Debido al incremento constante de la producción y exportación del sector automotriz en el país, las principales empresas de vehículos se ven en la necesidad de consolidar varios clústeres automotrices en diferentes regiones. Teniendo entre los más importantes El Clúster Automotriz de la Zona Centro, que para el año de 2017 contaba con alrededor de 10 empresas, entre las cuales destacan las alemanas Audi y Volkswagen, los gobiernos de los estados de Puebla y Tlaxcala, así como la participación de la Secretaría de Economía Federal. El Clúster de EDOMEX, que se conforma por una de las principales redes empresariales del Estado de México. El Clúster Automotriz de Querétaro que alimenta en gran medida la producción de otros clústeres como el de San Luis Potosí y Aguascalientes. El Clúster de San Luis Potosí que se conforma con empresas como General Motors y BMW. Los Clústers de Chihuahua y Nuevo León formados por las redes empresariales del Norte del país, y recientemente el que mayor impacto económico y de exportación está teniendo, el Clúster Automotriz del Bajío potencializado en gran medida por las empresas japonesas como Toyota, Honda y Mazda.

Para contar con una idea más detallada acerca del término *clúster*, se han buscado algunas referencias que definan el concepto, sin embargo, se encontró que la terminología se ubica en una categoría un tanto ambigua y confusa para su utilización. De las muchas definiciones que se pueden encontrar, la de Michel Porter (1998) es una de las que mayor valor sustenta, definiendo *clúster* como “un grupo geográficamente denso de empresas e instituciones conectadas, pertenecientes a un campo concreto, unidas por rasgos comunes y complementarias entre sí” (Bao y Blanco, 2014).

Sergio Bao Cruz y Fernando Blanco Silva (2014), en un breve artículo publicado en la Revista Galga de Economía, agregan que los clústeres “son concentraciones geográficas de compañías e instituciones de un determinado campo con relaciones económicas entre ellas. Representan una nueva forma de organización espacial que promueve la competencia y la cooperación y suponen una forma más dinámica de acercarse al estudio del desarrollo económico que la tradicional visión por sectores”. Asimismo, elaboraron una tabla con algunos ejemplos de definiciones y autores que hablan sobre clúster, de las cuales destaco la propuesta por Rosenfeld (1997) acerca de que “un clúster es usado de forma muy simple

para representar concentraciones de empresas que son capaces de producir sinergias debido a su proximidad geográfica e interdependencia”; la aportación de Simmie y Sannet (1996) quienes definen un clúster como “un gran número de compañías o servicios industriales interconectados que tienen un gran grado de colaboración, típicamente a través de una cadena de suministro, y que operan bajo las mismas condiciones de mercado”. Y finalmente la propuesta de Van den Berg, Braun y Van Widnden (2001), que aseguran que “el concepto popular de clúster está relacionado de forma más próxima con esta dimensión local o regional de redes. La mayoría de las definiciones comparten la noción de clústeres como redes localizadas de organizaciones especializadas, cuyo proceso de producción está muy relacionado a través del intercambio de bienes, servicios y/o conocimiento” (2014, p. 181)

La intención no es establecer la mejor definición sobre la palabra clúster, pero sí dejar lo más claro posible que se trata de un conjunto de empresas del sector privado, así como de instituciones gubernamentales e incluso académicas, que se unen por su cercanía geográfica y con la intención de crear redes de comunicación, comercio, intercambio y conocimiento para desarrollar un sector económico particular. En este caso, se trata del sector de la industria automotriz, que como se mencionó anteriormente, cuenta con la formación de varios clústers automotrices regionales.

Uno de los elementos que mayor influencia tiene en la formación de los clústers automotrices, son las empresas de proveeduría de autopartes, pues son estas las que prácticamente alimentan todo el proceso de la manufactura de vehículos en las plantas armadoras. Para el año 2012 se contabilizaban alrededor de 600 empresas de segundo y tercer nivel de autopartes en México, de las cuales se dividían por especialidades e incluso por su ubicación regional, justo como se muestra en la siguiente tabla:

REGIÓN	ESTADOS	ESPECIALIDADES
Noroeste	Baja California Baja California Sur Sonora Sinaloa Durango	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fabricación de sistemas de aire acondicionado y calefacción. ▪ Componentes interiores. ▪ Accesorios y sistemas eléctricos.

Noreste	Coahuila Chihuahua Nuevo León Tamaulipas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fabricación de climas. ▪ Sistemas automotrices. ▪ Partes plásticas y partes para el sistema eléctrico. ▪ Partes para motor y maquinados.
Centro	Aguascalientes San Luis Potosí Querétaro Jalisco Guanajuato	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Plantas de estampados ▪ Componentes eléctricos y frenos. ▪ Partes para motor y transmisiones.
Sureste	Estado de México Ciudad de México Morelos Veracruz Tlaxcala Yucatán Puebla Hidalgo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Producción de asientos ▪ Aire acondicionado ▪ Gatos hidráulicos tipo botella ▪ Estampados y suspensión

Tabla 3. Especialidades de las empresas de proveeduría del sector automotriz divididas por región y ubicación. Elaborado con información del 2012 de La Secretaría de Economía Federal.

Producción, exportación y situación ante el COVID-19

Consultado referencias bibliográficas sobre el contexto reciente de la industria automotriz en México, se encontró que durante el periodo de 2006-2012 se produjeron alrededor de 2 millones de vehículos al año, donde se considera la producción más baja de 1 507 527 durante el 2009, y la más alta de 2 884 869 en el 2012. Para el año 2014 se contabilizaron una producción de 3 219 786 vehículos, cifra que aumentó considerablemente en comparación con los años anteriores. Durante el 2015 se estima que del total de la producción de vehículos en México, el 83% se dirigió a exportación, mientras que sólo un 17% se utilizó para venta interna (Peniche y Mireles, 2015).

En años posteriores al 2014 la producción automotriz en el país continuó a la alza focalizándose en lograr la meta de los 4 millones de vehículos al año, sin embargo, durante el 2019 se presentó una caída de -4.1% en comparación con el 2018, por lo que la cifra oficial indicó que se produjeron un total de 3 750 841 vehículos durante el 2019. En ese

mismo año, se exportaron entre enero y diciembre un total de 3 333 586 vehículos, representando un 3.4% menos que lo exportado durante el 2018.

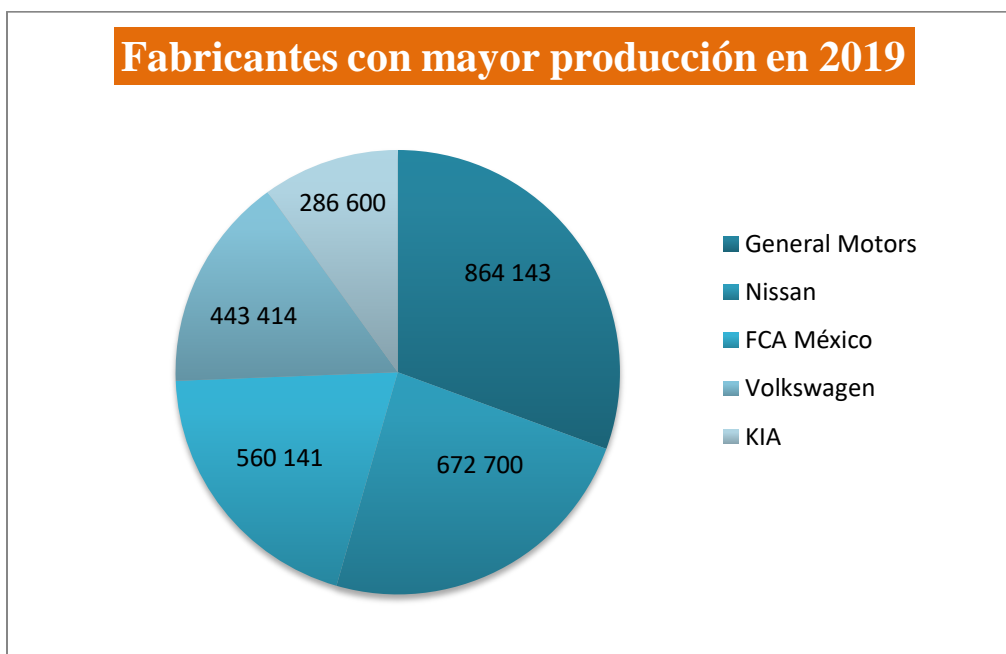


Gráfico 1. Fabricantes y cantidad de vehículos producidos durante el año 2019. Elaborado con datos del INEGI 2015.

Durante el año 2020 con el fenómeno mundial que ha representado la pandemia del Coronavirus (COVID-19), y que afectó y continuara afectando en años posteriores al sistema económico global, el sector automotriz ha sido golpeado en su producción a nivel internacional, disminuyendo sus exportaciones y en algunos casa hasta parando totalmente las líneas de producción debido a la cuarentena obligatoria que se estableció por alrededor de 2 meses. Para el caso de México, durante los meses de abril, mayo y parte de junio, se implementaron paros de línea de producción y de actividades totales en los Clústers de Bajío, Querétaro, San Luis Potosí y Nuevo León. Con información consultadas nuevamente del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) 2020, se estima que durante julio de este año la industria automotriz incrementó su producción en un 0.65%, mientras que las exportaciones se redujeron en un 5.47% y la venta de vehículos también disminuyó en un 32.29%.

Uno de los sectores que mayormente se ha visto afectado por la pandemia del COVID, es el de los trabajadores, y a ciencia cierta aún no se cuenta con las cifras exactas de despidos laborales que se presentaron durante los meses de cuarentena obligatoria. La crisis sanitaria de este año, orilló a que dentro de las empresas automotrices se otorgaran vacaciones forzosas a los empleados para reducir el contagio masivo en las áreas de trabajo. Asimismo, se redujeron prestaciones y salarios, y se calcula que alrededor de un 10% de trabajadores fueron despedidos. Abril y mayo de 2020, fueron los meses donde se presentó una mayor caída en la producción, pues fue el periodo donde la cadena de suministros en Estados Unidos también detuvo su funcionamiento, afectando de manera directa a los procesos de producción en México. En este sentido, la recuperación del sector automotriz en México se piensa se dará hasta el año 2024, 4 años después de la crisis del coronavirus.

En el mes de agosto de 2020, INEGI da nuevamente a conocer los registros administrativos de la industria automotriz en el país, enfatizando en la información sobre la producción, exportación y venta de vehículos ligeros producidos en el país. La información proviene de las 21 empresas que se encuentran afiliadas a la Asociación Mexicana de la Industria Automotriz, A.C. (AMIA).

PRODUCCIÓN TOTAL DE VEHÍCULOS LIGEROS
(Unidades)

Junio 2019	337,721	Ene-Jun 2019	1,981,487
Junio 2020	238,946	Ene-Jun 2020	1,172,698
Variación %	(-) 29.25	Variación %	(-) 40.82
Diferencia	(-) 98,775	Diferencia	(-) 808,789

Fuente: INEGI. Registro administrativo de la industria automotriz de vehículos ligeros.

PRODUCCIÓN TOTAL DE VEHÍCULOS LIGEROS
(Unidades)

Marca	Junio			Enero-Junio		
	2019	2020	Var. %	2019	2020	Var. %
Total	337,721	238,946	(-) 29.25	1,981,487	1,172,698	(-) 40.82
Afiliadas	337,253	238,561	(-) 29.26	1,979,062	1,170,815	(-) 40.84
Audi	11,785	2,059	(-) 82.5	90,929	36,211	(-) 60.2
BMW Group ^{a/}	1,650	3,458	109.6	3,380	17,584	420.2
FCA México ^{b/}	56,130	45,501	(-) 18.9	292,670	170,754	(-) 41.7
Ford Motor	27,542	19,991	(-) 27.4	166,362	85,713	(-) 48.5
General Motors	77,804	74,098	(-) 4.8	439,054	300,221	(-) 31.6
Honda	17,358	12,890	(-) 25.7	112,164	49,430	(-) 55.9
KIA	24,800	15,450	(-) 37.7	144,900	92,754	(-) 36.0
Mazda	5,020	8,957	78.4	42,319	57,961	37.0
Nissan	56,791	34,926	(-) 38.5	355,489	200,470	(-) 43.6
Toyota	14,363	12,289	(-) 14.4	97,605	53,010	(-) 45.7
Volkswagen	44,010	8,942	(-) 79.7	234,190	106,707	(-) 54.4
No afiliadas	468	385	(-) 17.74	2,425	1,883	(-) 22.35
JAC	468	385	(-) 17.7	2,425	1,883	(-) 22.4

^{a/} BMW Group reporta información a partir de abril 2019.
^{b/} FCA México incluye los datos de las marcas Chrysler y Fiat.
Fuente: INEGI. Registro administrativo de la industria automotriz de vehículos ligeros.

Tabla 4. Totales de producción y marca de vehículos estimados a Junio de 2020. INEGI.

EXPORTACIÓN DE VEHÍCULOS LIGEROS

(Unidades)

Junio 2019	320,470	Ene-Jun 2019	1,746,813
Junio 2020	196,173	Ene-Jun 2020	1,018,419
Variación %	(-) 38.79	Variación %	(-) 41.70
Diferencia	(-) 124,297	Diferencia	(-) 728,394

Fuente: INEGI. Registro administrativo de la industria automotriz de vehículos ligeros.

EXPORTACIÓN DE VEHÍCULOS LIGEROS

(Unidades)

Marca	Junio			Enero-Junio		
	2019	2020	Var. %	2019	2020	Var. %
Total	320,470	196,173	(-) 38.79	1,746,813	1,018,419	(-) 41.70
Audi	12,352	1,597	(-) 87.1	87,372	34,946	(-) 60.0
BMW Group ^{a/}	1,056	1,542	46.0	2,296	15,802	588.2
FCA México ^{b/}	53,845	31,129	(-) 42.2	265,651	164,939	(-) 37.9
Ford Motor	30,904	15,416	(-) 50.1	162,598	80,550	(-) 50.5
General Motors	76,690	67,486	(-) 12.0	419,053	267,590	(-) 36.1
Honda	14,847	12,256	(-) 17.5	97,044	47,046	(-) 51.5
KIA	20,153	13,999	(-) 30.5	110,668	72,775	(-) 34.2
Mazda	6,008	11,377	89.4	38,755	49,583	27.9
Nissan	42,468	24,704	(-) 41.8	245,803	132,999	(-) 45.9
Toyota	14,620	10,691	(-) 26.9	98,472	51,663	(-) 47.5
Volkswagen	47,527	5,976	(-) 87.4	219,101	100,526	(-) 54.1

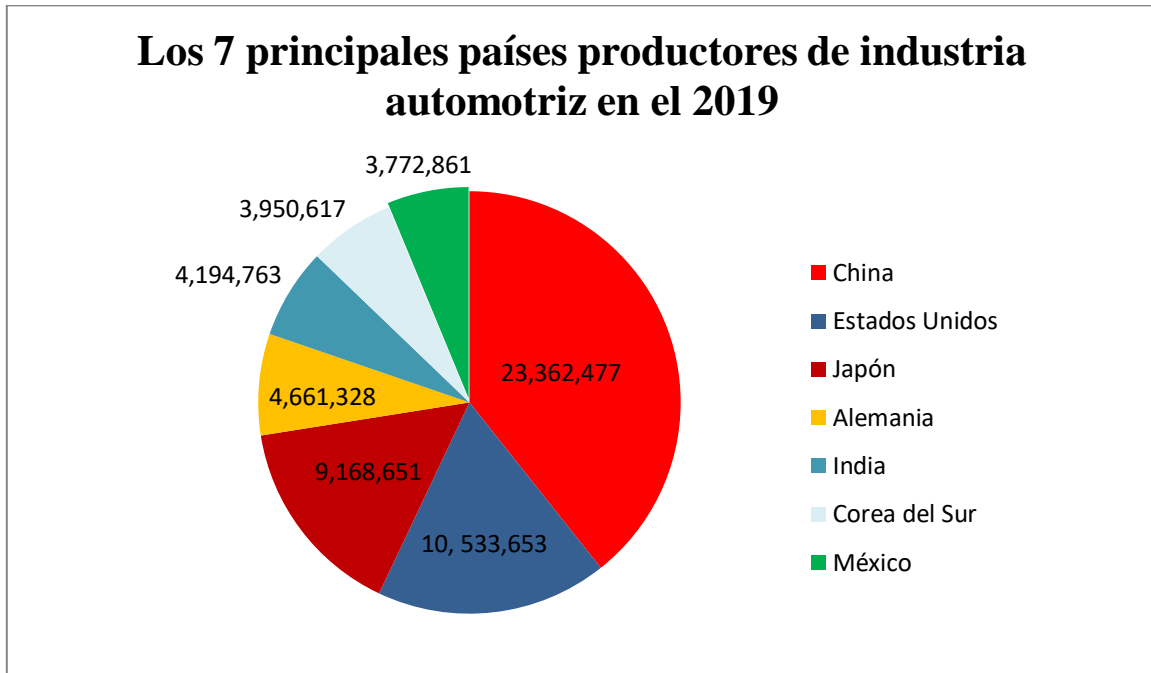
^{a/} BMW Group reporta información a partir de abril 2019.
^{b/} FCA México incluye los datos de las marcas Chrysler y Fiat.
Fuente: INEGI. Registro administrativo de la industria automotriz de vehículos ligeros.

Información más amplia sobre los resultados publicados en este reporte puede obtenerse en la página del Instituto en Internet: <https://www.inegi.org.mx/datosprimarios/iavl/>

Tabla 5. Totales de exportación y marca de vehículos estimados a Junio del 2020. INEGI.

De forma general y con los breves datos recopilados, es posible tener una idea de la magnitud que actualmente representa la Industria Automotriz en México, y la forma en que se ha intensificado en la última década, colocando al país como uno de los 7 principales productores a nivel global, y siendo el principal productor automotriz de América Latina, superando por mucho a Brasil, que en años anteriores se mantenía a la cabeza. En la lista de los 6 principales países productores y exportadores de vehículos, se encuentra en la primera posición a China, país donde se fabricaron en el 2019 un total de 23 362 477 vehículos, seguido de Estados Unidos donde en el mismo año se produjeron un total de 10 533 653 vehículos. Durante ese mismo año, México se colocó en la sexta posición fabricando 3 772 861 vehículos, cifra bastante cercana al país que ocupó la sexta posición, Corea del Sur con

una producción de 3 50 617 vehículos. Para finales del año 2020 y comienzos del 2021, se estima que México aumente su producción y se coloque en la sexta posición, e incluso logre superar en años posteriores a países como India, colocándose entre los primeros 5.



Gráfica 2. Cantidad de vehículos fabricados durante el 2019 y los 6 principales países productores. Elaboración propia con datos obtenidos de Expansión/Datosmacro, 2019.

Industria automotriz regional: el Bajío como región potencializada

Si bien ya se ha hecho una breve revisión sobre los datos más representativos del contexto actual del sector automotriz en México y el papel que desempeña a nivel global, corresponde ahora revisar el aspecto local, enfocado en el papel central de la industria automotriz en el Bajío mexicano, donde destaca la presencia de la industria japonesa y su compleja red de manufactura que se conecta a través de diferentes ciudades y ubicaciones de la región.

Considerado por mucho tiempo como el granero de México, la región Bajío del país en la actualidad es considerada como una de las regiones más prosperas en cuanto a desarrollo industrial, además de proyectarse como una de las principales economías de México,

superando incluso el PIB nacional de las regiones del Norte y Noreste, que solían considerarse como las más productivas. Penichi y Mireles (2015) definen al Bajío como una región localizada en el centro-occidente del territorio mexicano, misma que en tiempos de la colonia se caracterizó por su amplia producción y actividad agrícola y minera. Geográficamente se considera como parte del Bajío, los territorios que comprenden las ciudades de Aguascalientes, Lagos de Moreno en Jalisco, León, Silao, Guanajuato, Irapuato, Salamanca y Celaya en el estado de Guanajuato, hasta llegar a la ciudad de Querétaro. Asimismo, se considera que la ciudad de San Luis Potosí puede considerarse parte de la región, aunque es catalogada como una ciudad ubicada más hacia el Noreste del territorio mexicano.

Actualmente el Bajío se posiciona como una de las regiones de mayor atractivo para la inversión y el capital extranjero, aspecto que la coloca como uno de los principales centros manufactureros en Norteamérica. En el artículo titulado “El diamante mexicano: El Bajío bajo los ojos de los gobiernos del BID y del BM”, Peniche y Mireles (2015) resumen la visión que tiene la empresa norteamericana Stratfor ubicada en Austin, Texas (especializada en temas sobre geopolítica, inteligencia militar y estrategia económica), sobre las condiciones de inversión en la región:

“Stratfor (2013) publicó un minucioso estudio de la región Bajío en el que la contempla como una región emergente, con “fuerza laboral educada y bien capacitada”, alejada relativamente del clima de la violencia e inseguridad prevaleciente, con buena infraestructura en transporte y logística, que aún puede modernizarse, con facilidades para la inversión extranjera, con una posición geográfica privilegiada, además de que cuenta, en general, con un clima templado. La define como una zona idónea para los negocios y apta para la competencia con Asia, para el 2012 recibió la mayor cantidad de inversión extranjera directa, y en la región hay grandes expectativas en las industrias automotriz, aeronáutica y de electrónicos; en resumen, apuntala a la región como la de mayor futuro para los capitales extranjeros, por encima de la frontera norte” (ibid, 2015: 30).

Otra empresa que ofrece una perspectiva similar a sus inversionistas es Tatekawi (2020); especializada en ofrecer los recursos para potencializar el desarrollo industrial y de

inversión extranjera en México, se originó al Norte del país, en el estado de Sonora, pero cuenta con cobertura en diferentes regiones del país, siendo el Bajío una de las principales donde promueve la inversión a las transnacionales y capital privado. En el sitio oficial de Tatekawi, se muestra una descripción de la región Bajío en la que destacan el crecimiento de la zona en un 47% del año 2013 al 2018, colocándola como la región líder en crecimiento y manufactura durante ese periodo de 5 años. Asimismo, mencionan que el periódico El Economista atribuye este crecimiento a la alianza establecida a finales del 2018 entre los estados de Guanajuato, San Luis Potosí, Querétaro y Aguascalientes, que es de hecho, la fecha en que se acuerda la formación del Corredor y Clúster Automotriz del Bajío.

A continuación, se presenta una tabla con la breve descripción ofrece Tatekawi de los estados que conforman la región Bajío, destacando los aspectos positivos para la inversión del capital extranjero:

Ciudad	Descripción
Querétaro	Is a regional leader in automotive manufacturing but is also home to well-known brands including General Electric, Coca Cola and Samsung. According to Tetakawi's Querétaro Labor Market Report, turnover in the Querétaro region tends to be lower than other areas in Mexico and manufacturing continues to grow here, from 20% to nearly 23% of employment in the state in 2018 alone. In Jan. 2019, workers in Querétaro earned an average daily salary of USD \$22.13.
Aguascalientes	Has enticed many major automotive and vehicle component manufacturers, including a recent investment from Continental to build its largest of 24 Mexican plants here in this state. The state boasts a relatively young workforce, with nearly half of its 1.1 million residents under age 24 as of 2015. Add to that a position in the middle of the country, connected as easily to the Atlantic as Pacific coasts by highway and three national railways, it's easy to understand the appeal. Data from IMSS indicates an average salary of USD \$18.69 per day as of Jan. 2019.
Jalisco	From its position along the Pacific Coast, boasts the third-richest economy in Mexico. Together with its capital, Guadalajara, it possesses one of the country's best infrastructures for industrial development. This is led by a powerful IT and electronics sector, which made up more than 53% of the state's exports as of 2016 and has earned it the name "the Silicon Valley of Mexico."
Guanajuato	Since 2010, has led the Bajío region in manufacturing output. For the last decade this central Mexico state has ranked fourth for the value of its economic output as a Mexico manufacturing powerhouse. It is home to new operations from electronics

	manufacturer Bosch, Toyota, and aerospace conglomerate IK Aerospace Group. Data from IMSS says this state has an average daily salary of US \$16.92 as of Jan. 2019.
San Luis Potosí	Is no stranger to logistics agreements. It consolidated its automotive supply chain with the development of the Automotive Cluster SLP. In early 2019 alone, BMW opened a plant here, employing a workforce of 2,000, while Spanish metal parts supplier Gestamp hired 300 workers for its new operations. Data from IMSS indicates an average income of USD \$19.62 per day in San Luis Potosí as of Jan. 2019.

Tabla 6. Descripción de los estados del Bajío por la empresa Tatekawi. Elaboración propia con datos del Sitio oficial de Tatekawi. 2020.

En este contexto, el Bajío representa un territorio agraciado debido a su situación geográfica, pues como lo observan Peniche y Mireles (2015), ofrece las condiciones idóneas para la movilización de los mercados internos, así como para las exportaciones, además de poseer una población que también cumple con estándares laborales idóneos para las políticas neoliberales actuales de la industria:

“Es palpable la importancia que hay sobre el Bajío, su colocación geográfica al ser punto de encuentro regional, su conexión con los mayores puertos del pacífico (Manzanillo y Lázaro Cárdenas), las facilidades para que haya inversión de capital extranjero (principalmente de Norteamérica, de Europa, en especial de España y algunos asiáticos, específicamente de japoneses), la gran cantidad de “mano de obra barata y calificada”, el supuesto equilibrio de los cárteles que en comparación con otras regiones la ubica como una de las menos golpeadas, y sobre todo ver al corredor del Bajío como un engranaje en una dinámica de acumulación supraregional que se manifiesta con una “vocación” asignada para cada región del continente” (ibid, 47).

En este punto resulta interesante mencionar, que además de ser un territorio geográficamente privilegiado para los intereses del capital extranjero y de la economía global, el Bajío es una región que ha estado desde hace ya tiempo atrás, en la mira de actores políticos de mayor envergadura global, quienes han sido justamente parte de la potencialización que ha tenido la región en los últimos años a nivel internacional. Instituciones internacionales como el Banco Mundial y el Banco Interamericano de

Desarrollo son actores que han intervenido de diversas formas en el desarrollo y en los planes estatales y regionales para que el Bajío se coloque como foco atractivo para la inversión extranjera.

A grandes rasgos y como se ha podido observar, el Bajío se oferta como un espacio y territorio que ofrece amplias posibilidades para el desarrollo industrial, y es dentro de esa aparente brillantez que el estado de Guanajuato brilla por ser un foco de atracción de inversión extranjera, destacando por la importante presencia de armadoras de origen japonés que se han establecido en la última década en su territorio. Las estadísticas contabilizadas hasta el 2016 por parte del INEGI, colocan al Estado de México en el segundo lugar como economía nacional con un 8.9% de aportación al PIB nacional, mientras que Guanajuato se ubica en la sexta posición con un 4.2% de aportación. No obstante, el crecimiento de la segunda entidad ha sido destacado en los últimos dos años, por lo que las próximas estadísticas probablemente coloquen al estado un puesto arriba, ubicándose así entre las primeras cinco economías nacionales con mayor participación de PIB en años posteriores.

En este contexto de competitividad por atraer la inversión extranjera automotriz, el Estado de México se vio superado por Guanajuato a partir del 2000 en adelante, pues con las firmas de diversos tratados con países asiáticos, la apertura comercial y de inversión favoreció al Bajío y a los diversos núcleos urbanos que entraron rápidamente en un proceso de industrialización regional.

Con la firma del Acuerdo para el Fortalecimiento de la Asociación Económica México-Japón (AFAEMJ), firmado durante el 2004 y vigente desde el 2005 (González y Loaiza, 2015), la inversión proveniente de Japón comenzó a tener mayor incidencia en la región, particularmente en Guanajuato, donde las principales empresas automotrices japonesas (Honda, Mazda, Toyota y Hino) decidieron colocar sus armadoras y junto con ellas una serie de pequeñas empresas japonesas de proveeduría de autopartes, creando así la parte del clúster automotriz que atraviesa esta entidad, y que se caracteriza por ser casi en su mayoría un clúster de origen japonés.

El papel que ha desempeñado la política pública del estado en Guanajuato, ha sido clave para que desde la instalación de GM en 1994, la inversión extranjera continuara llegando al

estado hasta colocarlo en la actualidad, como el puntero industrial del clúster automotriz del Bajío, que a su vez es líder industrial en el país y en América Latina. Sin embargo, las estrategias del gobierno guanajuatense y su relación con el sector industrial y la economía local de la región son elementos que corresponden al tercer capítulo de esta investigación, por ahora continuaremos a describir un poco sobre el Clúster del Bajío y la parte que pasa por Guanajuato, así como los cambios más visibles que ha generado hasta el momento en el paisaje urbano y cultural.

Armando una etnografía del paisaje urbano industrial de Guanajuato

Uno de los factores clave que determina el proceso de configuración que actualmente está adquiriendo el Bajío guanajuatense, son los cambios físicos que se pueden apreciar visiblemente en las ciudades que conforman el corredor del clúster automotriz que atraviesa por la entidad. Cuando se habla de cambios físicos, se puede aludir directamente a la transformación del espacio y específicamente a la configuración del paisaje urbano. Sin embargo ¿cómo se puede entender el paisaje urbano tratándose de contextos de industrialización? En el entendido de que el paisaje corresponde “a la porción de la superficie terrestre intervenida o no por el hombre y que conforma el marco físico perceptible en el que este desarrolla sus actividades” (Rodríguez, 2007), existe una connotación del paisaje que se refiere a su esencia natural; es decir, el paisaje natural que se considera como “un conjunto de caracteres físicos visibles de un lugar que no ha sido modificado por el hombre”. En contraste, la connotación del paisaje urbano lo define como aquel “creado completamente por el ser humano, donde prácticamente todos los elementos son autoría del mismo” (Ibid, 2007).

Asimismo, se podría referir también la existencia de un paisaje de tipo cultural o incluso simbólico, en el que converge la intervención del hombre en cuanto a la significación y asignación de símbolos al espacio y a los lugares que siendo en un principio naturales, adquieren una connotación distinta después de ser resignificados por cuestiones simbólicas y culturales. Específicamente existe una definición propuesta por Carl O. Sauer sobre el paisaje cultural, mismo que es: “configurado a partir de un paisaje natural por un grupo cultural. La cultura es el agente, el área natural es el resultado. Bajo la influencia de una

cultura dada, con cambios a través del tiempo, el paisaje es desarrollado, pasando a través de diferentes fases” (Contreras, 2005).

Sin embargo, en el entendido de esta definición, que además corresponde al siglo pasado, la intención de un paisaje cultural no es su determinación natural como resultado de la cultura, sino más bien la búsqueda de comprensión e interpretación simbólica “que los grupos y las clases sociales dan al entorno, las justificaciones estéticas o ideológicas que proponen y el impacto de las representaciones acerca de la vida colectiva”. Esta concepción teórica corresponde a “una nueva geografía” cultural, donde los aspectos centrales del concepto de paisaje son los símbolos, los significados, las identidades y la agencia humana, así como el territorio (Contreras, 2005).

En este contexto, se puede partir hacia la configuración representativa del paisaje urbano que actualmente acontece en Guanajuato, y que corresponde a un paisaje de orden urbano-industrial, donde además existe también, una convergencia con el paisaje cultural que deriva justamente de la configuración del urbano-industrial. De esta manera, en las siguientes páginas se presentará un avance de la etnografía realizada en el periodo de trabajo de campo, con la intención de presentar a través de la descripción la forma en que se van configurando los espacios físicos en conjunta relación con los símbolos y significados culturales consecuencia de la intervención humana, del capital global y de la economía mundial.

El Corredor Industrial del Bajío que atraviesa Guanajuato

Como ya se ha mencionado, existen varios corredores industriales con presencia destacada de industria automotriz en la región Bajío; el corredor del Bajío comienza desde los parques logísticos localizados en el estado de Querétaro en los municipios de Corregidora, El Marqués, San Juan del Río y la capital queretana, movilizándose hacia el sur de Guanajuato por los municipios de Apaseo el Grande y Celaya, siguiendo el camino hacia Salamanca, Irapuato, Silao y León. De la ciudad de León, el corredor se conecta al noreste con la ciudad de San Luis Potosí, y al occidente con Lagos de Moreno y Guadalajara en Jalisco.

Finalmente, también se conecta con Aguascalientes, aunque la dinámica económica en los últimos años ha favorecido más la movilidad de mercancías y empresas en los estados de Querétaro, Guanajuato, San Luis Potosí y Jalisco.

La instalación de parques industriales en el Bajío son prácticamente parte del paisaje cotidiano de la región; un parque industrial se define como “la superficie geográficamente delimitada y diseñada especialmente para el asentamiento de la planta industrial en condiciones adecuadas de ubicación, infraestructura, equipamiento y de servicios, con una administración permanente para su operación”. La instalación de estos complejos industriales se piensa de forma estratégica, con la finalidad de proporcionar a las empresas ahí establecidas los servicios suficientes y necesarios para un óptimo desarrollo. Entre estos servicios se encuentran: “bajos costos en transportación y logística, y que aprovechen las ventajas que brindan los tratados y acuerdos comerciales, los flujos de inversión extranjera directa, que deben traducirse en más y mejores empleos, transferencia de tecnología y oportunidades de exportación directa e indirecta, a través de cadenas de proveedores” (Contacto PYME).

Si se pasa por la carretera federal 57, viniendo del lado de la Ciudad de México y entrando en territorio queretano, es posible apreciar el auge de la industria en el paisaje que acompaña el camino hacia San Juan del Río y la capital de Querétaro correspondientemente; hectáreas que solían ser campos de riego o sencillamente hectáreas de monte al intemperie, son ahora los espacios que ocupan las enormes naves industriales pintadas todas en una gama de blancos y grises, que brillan y resaltan a la vista con el reflejo de la luz del día. Un parque logístico de un lado de la carretera, otro más del otro lado, y más adelante anuncios de la próxima inauguración y renta de naves industriales o el letrero en un campo que dice “Land for sale” (terreno en venta), son elementos que se observan frecuentemente en el camino de la carretera 57, iniciando desde Querétaro, pasando por Guanajuato, hasta llegar a San Luis Potosí. En este mismo tramo de la carretera, que es una de las vías más importantes a nivel nacional ya que conecta la Ciudad de México con las 2 ciudades más grandes del país (Monterrey y Guadalajara), y que finaliza en la frontera con Estados Unidos, es posible observar el transporte de una de las

mercancías más visibles y que denota que ahí se encuentra el corazón del clúster automotriz: los automóviles.

Generalmente es posible observar el tránsito en la carretera de la porta coches o “madrinas” que son los enormes tráileres de doble semirremolque que transportan alrededor de 6 a 10 vehículos ligeros dependiendo del tamaño. Otro medio de transporte para los vehículos es el tren, donde del lado de Guanajuato también es posible percatarse de los vagones que son especiales para el traslado de carros. En el tramo de la carretera 57 que pasa por Guanajuato y llega hasta donde principia la ciudad de San Luis Potosí, las madrinan son parte del paisaje urbano, pues es común verlas trasladarse lentamente por la carretera, o estacionadas en grupo en los paraderos de tráileres a orilla de camino. Ver el transporte de una gran cantidad de vehículos, así como la inmensa gama de naves y parques industriales en esta región, nos lleva a analizar la existencia de un ambiente de rapidez industrializada, donde los caminos conectan con una y con otra ciudad en una especie de red transitoria de comunicación y transporte de mercancías, y donde una de las cosas que más se movilizan son los automóviles y las autopartes. En pocas palabras, es un ambiente propicio de la economía mundial actual con un paisaje de fondo altamente industrializado: es el clúster automotriz del Bajío, el más importante actualmente de México.

La parte del corredor industrial que interesa conocer es la concerniente al estado de Guanajuato y que inicia en Apaseo el Grande y se extiende hasta León. Aunque el corredor abarca un aproximado de 6 municipios, mismos que se ubican a distancias relativamente cortas y donde se localizan alrededor de 23 parques industriales, en esta ocasión la descripción se centrará particularmente en los 3 municipios más representativos no sólo del corredor, sino de la propia entidad: León, Irapuato y Celaya.

León de los Aldama

Haciendo memoria, se tiene un recuerdo a grandes rasgos de la ciudad de León a finales de los años noventa, un poblado no tan grande que sobresalía económicamente por la venta de productos textiles de piel de animal y por la elaboración de zapatos. Evidentemente el contexto de “pequeño poblado” cambió de forma súbita cuando en febrero de 2018 fue

posible visitar la ciudad nuevamente después de más de 20 años de no visitarla. Ahí fue posible percibir que el espacio y la ciudad se habían transformado en dos décadas aproximadamente, y que León de los Aldama (nombre completo de la ciudad) representaba ahora la perla del Bajío mexicano, colocándose entre una de las 5 ciudades más importantes del país en conjunto con Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey y Puebla.

Con un aproximado de 1 578 626 habitantes según la encuesta nacional de INEGI del 2015, la ciudad se ha convertido en una pequeña metrópoli que ahora es considerada como una de las ciudades con mejor nivel de vida socioeconómico, así como un núcleo favorable para la inversión extranjera y la realización y aprobación de negocios. Cuando se entra por el norte de la ciudad, desde la carretera que conecta con el municipio de San Felipe y correspondientemente hasta San Luis Potosí, es posible percatarse del crecimiento de la zona a través de la prolífera infraestructura de edificaciones de reciente construcción y diseño, que corresponden a la alta demanda de hoteles clasificados como de carácter “ejecutivo” o “Business Smart Suites”, y que ofrecen un servicio dirigido al sector empresarial de negocios extranjero y nacional que llega a la ciudad.

Asimismo, se observa que la ciudad mantiene su identidad como productora de zapatos a nivel nacional, mezclada con una nueva identidad que busca colocarla como un lugar idóneo para la concreción de negocios empresariales; aspecto que se percibe en la serie de espectaculares localizados en las entradas norte y sur de la ciudad, que conectan una de las principales calles de León (el Bulevar Adolfo López Mateos) donde se ofertan diversas consultorías privadas dedicadas al manejo de negocios internacionales y donde curiosamente una de las características principales de estos anuncios, es la forma en que colocan en la imagen a una persona de origen asiático y que probablemente sea japonés. Por otro lado, los Outlet de venta de zapatos son frecuentes en plazas comerciales que se ubican a lo largo del Bulevar Adolfo López Mateos, y donde también es posible encontrar grandes espectaculares con marcas nacionales leonesas como Capa de Ozono y Flexi.

El centro y alrededores de la ciudad poseen la coloquial tradición de una población conservadora, con amplios valores orientados hacia el catolicismo y hacia una cultura local particular de la región Bajío, que mantiene similitudes con sociedades locales cercanas como la de Aguascalientes, Querétaro y San Luis Potosí. Pero estas ciudades no sólo

comparten rasgos culturales semejantes, sino que geográficamente se encuentran en un acelerado crecimiento industrial que se ha disparado en las últimas décadas.

De acuerdo a información consultada en el Sistema Mexicano de Promoción de Parques Industriales (SIMPPI), León alberga uno de los parques industriales de mayor envergadura en la región, catalogado como de competitividad internacional y que ha servido para posicionar al estado de Guanajuato como la primera entidad del país que se visualiza en unos años más como el primer “Smart State”; es decir, el primer estado inteligente del país.

Al sur de León se encuentra la salida hacia Silao, tomando la carretera 45 libre federal que conecta con el corredor industrial que viene por las ciudades de Irapuato, Salamanca, Celaya y Querétaro. Entre Silao y León se ubica el parque industrial Puerto Interior, que se instaló en el año 2006 y desde entonces se ha colocado como uno de los de mayor renombre y magnitud; en este complejo industrial se han instalado alrededor de 110 empresas transnacionales de la rama automotriz principalmente, de las cuales las japonesas representan mayoría, aunque también se encuentran empresas alemanas, estadounidenses, españolas, italianas, suizas y polacas. Entre las empresas de mayor renombre internacional se encuentran Pirelli (elaboración de neumáticos para autos de fórmula 1), Volkswagen (autopartes), Hino Motors (camiones y autobuses de diésel), Nestlé (industria alimenticia) y Nivea (productos de cuidado personal).

Puerto Interior tiene la consigna de colocarse como el punto de referencia de la innovación tecnológica en el estado y en toda la república mexicana. Con ayuda del señor Miura, se logró hacer un breve recorrido durante noviembre del 2018 en el área de Santa Fe I y II, que son complejos en los que se divide el parque industrial. Durante el recorrido fue posible apreciar la inversión que el gobierno del estado ha destinado a este espacio, pues de ser inicialmente terrenos inhabitados o terrenos ejidales de siembra de maíz hace más de 10 años, ahora se vislumbra como un espacio altamente organizado en naves industriales perfectamente acomodadas a lo largo de corredores hechos con caminos pavimentados para el rápido traslado de los camiones de carga. Dentro del complejo industrial, también se encuentra un Instituto Tecnológico, así como una preparatoria CONALEP, instituciones enfocadas en formar profesionales técnicos capacitados para laborar directamente dentro de las empresas de Puerto Interior y alrededores. Un centro de eventos y reuniones, una

estación de bomberos, una estancia infantil y una pequeña plaza comercial con restaurantes y algunas tiendas de autoservicio, forman parte también del complejo industrial, así como el aeropuerto del Bajío que se localiza a unos 15 minutos de distancia y las vías del tren, que fueron rediseñadas para que pasen dentro del parque industrial.

La carretera 45 pasa justo a un costado de Puerto Interior, vía que conecta a pocos kilómetros de distancia con Silao, ciudad donde se localiza otro parque industrial perteneciente al clúster automotriz del Bajío, en el que tiene producción la empresa estadounidense General Motors. En el tramo de la carretera que conecta León con Silao, también es posible encontrar hoteles ejecutivos y business class localizados en los alrededores de los parques industriales.

Tras posicionarse como una de las ciudades de mayor tamaño en la región, lo que considera calidad y nivel socioeconómico de vida, acceso a servicios, vías de comunicación y caminos accesibles, León alberga a una cantidad considerable de japoneses que residen en la zona debido a su empleo con las industrias japonesas.

Este último aspecto ha generado una serie de cambios dinámicos y perceptibles a simple vista en la ciudad. Algunos de los ejemplos más claros, son los letreros de “Bienvenida” escritos en japonés ようこそ, que se pueden apreciar en varios letreros de la ciudad. Restaurantes y hasta clínicas dentales han cambiado sus nombres al idioma nipón, con la intención de atraer a esta clientela a sus negocios. En la ciudad se difunden diversos medios impresos escritos totalmente en japonés: revistas de negocios, periódicos locales de la región, revistas que se encargan de describir lugares para visitar en México, deportes, ocio y entretenimiento, hasta revistas que describen los nombres y usos de varios artículos que usan los mexicanos en su vida diaria, como los tipos de medicamentos que se venden, la comida rápida que se consume, las galletas, refrescos, productos de limpieza y una serie amplia de alimentos comestibles que se han traducido al japonés para hacer más sencillo su conocimiento a los nipones.



Ejemplos de la publicidad que se pudo encontrar en los medios impresos dirigidos para los japoneses en Guanajuato.

Existen también tiendas especializadas en la venta de productos procedentes de Japón, donde se venden variedad de artículos comestibles como alimentos enlatados, congelados y algunos hasta traídos directamente del mar para consumo especial de los japoneses. Por otro lado, se dio la apertura de restaurantes de comida japonesa que se caracterizan por preparar los alimentos lo más cercano a la sazón de Japón, es decir, se manejan menús de comida tradicional japonesa; estos restaurantes son lugares bastante sencillos donde los menús por lo general están en idioma japonés, con una traducción al español de lado izquierdo o debajo de los títulos. Cabe destacar que no son exclusivos de los japoneses, pues cualquier persona que tenga gusto por ese tipo de comida puede entrar y ordenar sin problema alguno. Lo que parece ser un elemento no necesariamente exclusivo, pero si particular, son los horarios en que los japoneses de las empresas asisten a comer, pues por lo regular manejan horarios que son diferentes para nosotros lo mexicanos: en la mañana alrededor de las 8-9 am toman un desayuno ligero, para después consumir lo que ellos consideran “un lonche” alrededor de la 12 y 1 de la tarde. Finalmente, alrededor de las 9 y 10 de la noche consumen la cena. Durante el lonche y la cena son los horarios en que los restaurantes se convierten exclusivos para los japoneses ya que son horarios donde se les ve en grandes cantidades y grupos comiendo en estos lugares.

La ciudad de León en los últimos 10 años se ha potencializado económicamente gracias a la inversión de las empresas transnacionales en la región, dentro de la cual también se ubica el sector de la industria automotriz japonesa. Sin embargo, no es posible generalizar y decir

que todos los cambios que han surgido en la ciudad se deben solamente por la industrialización, pero sí es importante destacar el papel que ha jugado este sector en el crecimiento y construcción de viviendas, complejos residenciales, centros y plazas comerciales, hoteles y otros servicios que surgen a partir de la presencia de las empresas en los parques industriales de la ciudad.

En este sentido, el crecimiento de la ciudad ya se había comenzado desde la llegada del gigante estadounidense automotriz General Motors (GM) en 1995 al municipio contiguo de Silao. En la actualidad GM continúa siendo una de las empresas más importantes del sector automotriz no solo de Guanajuato, sino de todo el país, lo que representa un factor importante en el desarrollo de la industrialización automotriz en ese estado. Sin embargo, lo interesante hasta este punto es observar y analizar el contexto de llegada de GM a la región, y entender que no representó el mismo impacto cultural y social que parece sí haber presentado la llegada de las automotrices japonesas y que se visualiza a grandes rasgos en los elementos arriba mencionados; es decir, el impacto sociocultural se dio con mayor intensidad y con cierto grado de aceptación por parte de la sociedad local, al punto de que las instituciones gubernamentales se han encargado de favorecer y facilitar la estancia de las empresas japonesas y de sus empleados en la medida de lo posible.

Irapuato

La ciudad es la segunda, por debajo de León, más grande del estado de Guanajuato; su población se estima en aproximadamente 574 344 habitantes de acuerdo al censo elaborado por INEGI durante el año 2015. En nivel socioeconómico, así como en infraestructura ocupa también el segundo lugar en crecimiento, pues es sede de 5 parques industriales y próximamente de 2 más que se encuentran en construcción. De igual manera que en Puerto Interior, hubo la oportunidad de visitar en noviembre del 2018 las instalaciones del parque industrial Castro del Río, complejo industrial de propiedad privada que solía ser un campo de cultivo de trigo, pero que a raíz de la apertura de la inversión extranjera a partir del 2006 en el estado, los dueños optaron por convertir 440 hectáreas de terreno en la construcción de naves industriales e infraestructura necesaria rentable, para las aproximadamente 72 empresas de 6 nacionalidades que ahí habitan.



Empresa japonesa al interior del Parque Industrial Castro del Río.

Similar a Puerto Interior, hay empresas alemanas, españolas, estadounidenses y coreanas, sin embargo, el mayor número lo continúan ocupando los japoneses y las empresas de autopartes que proveen a las armadoras y al clúster automotriz. Igual que en León, espacios y tierras que solían ser de cultivos pasaron en menos de una década a convertirse en espacios de la rápida industrialización de la región; Castro del Río se ubica a un costado de la misma carretera que viene de León y conecta hasta Celaya, y sus instalaciones son reflejo de una correcta logística y gestión de recursos, encaminados todos a cumplir con la producción de piezas, alimentos y productos que se transportan a través del tren o en camiones, rumbo a las empresas de mayor tamaño para la producción de productos más especializados como los vehículos que se arman en Mazda y Honda.



Parque industrial Castro del Río.

La infraestructura enfocada en los hoteles de tipo ejecutivo y Smart suites, son también parte del nuevo paisaje que cubre la entrada principal que viene de la carretera 45 de León. Asimismo, los espacios al interior y fuera de la ciudad que solían ser campos de cultivo de fresa, se han convertido ahora en complejos de viviendas y fraccionamientos de reciente creación que sirven para dar alojamiento a la población foránea que llega para emplearse en el sector industrial de la región. Otros campos que solían ser de cultivo se han convertido en avenidas, caminos e incluso en plazas y centros comerciales que ahora alimentan la creciente economía de la ciudad.

Este crecimiento se relaciona con la llegada de la industria automotriz japonesa, ya que aproximadamente a 30 minutos en vehículo se encuentra el municipio de Salamanca, sede donde se ubica una de las principales armadoras automotrices de Japón, Mazda Motor Corporation. Debido a que la ciudad de Salamanca no cumple con los estándares socioeconómicos y de vivienda que los japoneses de Mazda solicitan, una gran mayoría ha preferido vivir en Irapuato y viajar diariamente a las instalaciones de la empresa para trabajar. Este hecho es el que ha disparado el crecimiento de la ciudad, tanto en el ámbito de infraestructura con la construcción de hoteles, viviendas y plazas comerciales, como en el aspecto de la economía y el movimiento de dinero, pues la población japonesa que radica en Irapuato con su particular estilo de vida, ha generado la apertura de restaurantes de nivel

socioeconómico medio-alto, así como algunos lugares de ocio y entretenimiento como el club privado de golf.

Otro elemento importante en la ciudad es el Instituto Educativo Japonés de Guanajuato, que es el tercer centro certificado de educación japonesa que se ubica en el país, y donde se ofrece educación a nivel primaria y secundaria para los niños japoneses que viven en Irapuato y en las ciudades cercanas. Esta institución educativa abrió sus puertas en el año de 2019 y permanece activa actualmente.



Fotos de la prensa de Irapuato en la ceremonia de inauguración de la escuela japonesa.

A Irapuato además del cultivar fresa, también se le conoce por la fabricación de pantalones de la marca Levis originales, al igual que copias, así como por la industria textil representativa que por una larga tradición ha dado vida a la economía de la ciudad. Sin embargo, la maquila de textiles también ha disminuido considerablemente en las últimas dos décadas, debido al auge industrial de las armadoras automotrices que absorbe todo el crecimiento económico, acabando lentamente con las pequeñas maquilas nacionales de pantalones.

El tren y las vías férreas por su parte son un elemento indispensable sin el cual no se puede pensar la rápida industrialización y crecimiento económico del Bajío; Irapuato, así como Celaya, son dos puntos importantes de intercambio de mercancías a través del tren. Aspecto que las grandes transnacionales automotrices no pasaron desapercibido a la hora de tomar la decisión para establecer sus complejos industriales en Guanajuato. Si el estado de Guanajuato es el centro, geográficamente hablando del país, Irapuato es el centro, pero de

la región, pues se localiza justo en medio del corredor industrial, conectado a Querétaro y Celaya con Salamanca, Silao y León.



Parte de las vías férreas que atraviesan Irapuato, y logotipo de Mazda en la ciudad de Salamanca.

La Puerta de Oro del Bajío: Celaya

Continuando en la carretera 45 del corredor industrial que conecta a Guanajuato con el estado de Querétaro, a 50 minutos en vehículo se llega a la ciudad de Celaya, conocida como “La puerta de Oro del Bajío”. Esta ciudad es la tercera más grande del estado, con un aproximado de 494 304 habitantes según lo establecido en el censo de 2015 del INEGI.

Celaya es una ciudad en crecimiento al igual que León e Irapuato; los hoteles ejecutivos y los parques industriales, de la misma forma que ha ocurrido en las otras dos ciudades, son parte del paisaje cotidiano de sus espacios, que con anterioridad solían ser espacios rurales, de plantaciones y cultivos, y que ahora se convirtieron en espacios urbanos consecuencia de la rápida industrialización del entorno. Como Irapuato, mantiene su pequeño centro histórico intacto y bien conservado, observándose el crecimiento de infraestructura de hoteles, viviendas y fraccionamientos, así como de plazas comerciales, a las orillas de la ciudad, en espacios lo más cercanos posibles a las zonas donde se ubican los parques industriales.

La ciudad geográficamente se encuentra ubicada en un punto donde convergen una serie de vías de comunicación y caminos que la posicionan como un centro de intercambio económico comercial de suma importancia en el Bajío, de ahí que se le conozca como La Puerta de Oro del Bajío, pues históricamente forma parte de la región que también suele denominarse “El granero de México”. A Celaya llegan las vías férreas que vienen desde el sur del país, y ahí mismo se conectan con el sistema de ferrocarriles de carga y transporte de mercancías que va hacia el norte, y que se dirige hasta la frontera con Estados Unidos.

A máximo 50 kilómetros de distancia y a 30 minutos en vehículo, se localiza la ciudad de Santiago de Querétaro, capital del estado de Querétaro perteneciente también al Bajío mexicano, y estado con una amplia inversión de capital extranjero industrial, donde los japoneses de igual forma han apostado a establecer empresas proveedoras para el clúster automotriz de toda la región. A pocos kilómetros antes de llegar a la ciudad de Querétaro, se encuentra el municipio de Apaseo el Grande, perteneciente a Guanajuato y colindante con Celaya, que alberga actualmente al consorcio automotriz más importante de Japón, Toyota Motor Corporation.



Planta Toyota en Apaseo el Grande, Guanajuato.

Cabe destacar, que en Celaya se ubica el segundo grupo automotriz japonés de mayor renombre, Honda, y teniendo en cuenta que Toyota opera a pocos kilómetros de distancia, la dinámica espacial de los entornos rurales que solían formar parte de estas ciudades se han convertido rápidamente en espacios ocupados por fraccionamientos de viviendas dirigidas para el conglomerado de personas que laboran en Honda y Toyota, incluidos los japoneses. Un claro ejemplo se encuentra a las afueras de Querétaro, en un espacio que se conoce como Juriquilla y que originalmente fue una hacienda agricultora, que actualmente alberga una serie de viviendas y barrios de nivel socioeconómico alto; en Juriquilla se han construido complejos departamentales de alto nivel, diseñados especialmente para que en ellos vivan los corporativos e ingenieros japoneses que trabajan en Toyota, los cuales pueden observarse imponentes y a simple vista en el tramo que conecta a la ciudad de Querétaro con Celaya y Apaseo el Grande, justo detrás de algunos campos de siembra que todavía quedan en esos espacios que solían ser rurales.



Lo mismo pasa en Celaya, donde se tuvo la oportunidad de visitar uno de los fraccionamientos de nivel socioeconómico medio de más reciente creación y en donde viven tanto japoneses como algunos foráneos mexicanos que han llegado a la ciudad para trabajar en la zona industrial. En ese espacio, hace apenas unos 3 años se sembraba alfalfa, y ahora hay un aproximado de 300 casas del mismo estilo, que rondan entre los 700 mil y un millón de pesos. Así como ese fraccionamiento, hay al menos otros 5 más con la misma

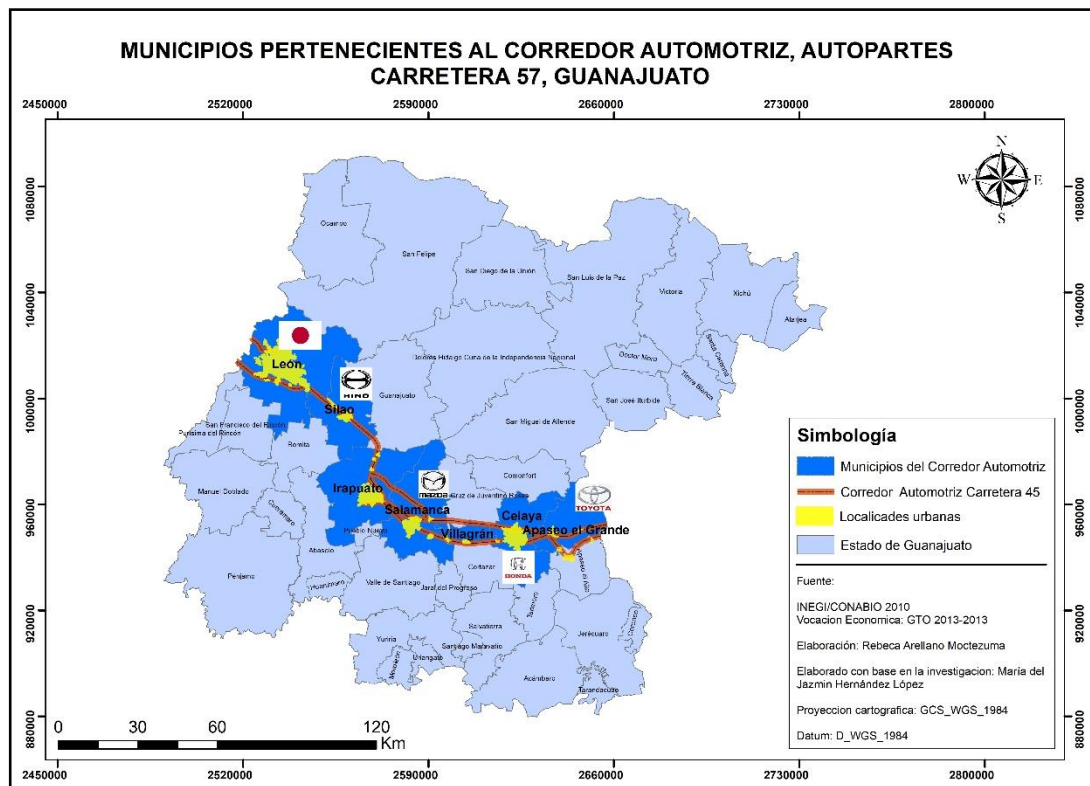
Capítulo III El Estado-transnacional como proceso de negociación para la permanencia dentro del mercado y la economía global. El caso de Guanajuato, México y su relación con la industria automotriz

Introducción

La región Bajío de México como se ha visto en el primer capítulo de este estudio, es una zona que se ubica en el centro del territorio y que se conforma por estados como Guanajuato, Querétaro, Aguascalientes y parte de San Luis Potosí; décadas atrás se consideraba especialmente a Guanajuato, como un estado productor de diversos tipos de granos y cultivos que se distribuían a lo largo y ancho del país, conociéndosele entonces como “el granero de México”. Gracias a su localización geográfica en el centro del país, Guanajuato se posiciona como un estado conector de vías de comunicación, mercancías y mercados de la actual economía global, siendo la industria automotriz uno de los sectores que mayor relevancia y desarrollo ha presentado en el estado en los últimos años. A grandes rasgos, el estado guanajuatense que solía ser conocido por exportar al interior del país frijol, maíz, trigo, productos de pieles curtidas de animal, y una amplia industria textil de ropa y zapatos, ahora se caracteriza por ser una zona de crecimiento y desarrollo de la industria automotriz en México, al contar con 6 armadoras de automóviles en su territorio y una amplia cantidad de empresas de proveedurías de autopartes que alimentan uno de los principales clúster automotrices de América del Norte.

En este contexto, Guanajuato se ha colocado como un centro receptor de las automotrices provenientes de Japón, pues en ningún otro estado de la República Mexicana se cuenta con el mismo número de armadoras japonesas como las que actualmente se localizan en Guanajuato, donde hay un total de 4: Mazda, Honda, Toyota y Hino Motors, y donde también se ubican alrededor de 114 empresas japonesas, que en su mayoría son de autopartes (contabilizadas hasta principios del 2019). De esta manera, el inicio de una rápida industrialización en la región Bajío de México en las últimas dos décadas relacionada con el sector automotriz, y particularmente en Guanajuato que es el caso que interesa abordar, trajo consigo una serie de transformaciones y nuevas configuraciones de las ciudades y de los espacios físicos que están en contacto directo con este sector, pues aunque hay otros sectores industriales en la región², el ensamblado de automóviles representa mayor incidencia económica y movimiento de capital.

² La industria manufacturera, así como la industria del comercio y de la alimentación, son otros sectores de especial relevancia económica y productiva en el estado, los cuales en conjunto hasta el año 2009



Cartografía referenciando el corredor industrial de las armadoras japonesas en Guanajuato, 2023.

Sin embargo, no sólo las ciudades y los paisajes urbanos han cambiado con la llegada de esta industria, sino que también es posible observar cómo los entornos sociales y culturales presentan cambios notables en sus formas básicas de cotidianidad; es decir, se han dado nuevas configuraciones de los espacios simbólicos donde la presencia –no sólo de la empresa como institución- sino también de los actores sociales que con ella llegan (los japoneses que son parte del personal para laborar), forman dinámicas de interacción particulares en las que convergen dos grupos de nacionalidades y culturas diferentes: japoneses y mexicanos. En estos espacios de representaciones simbólicas, hay una configuración peculiar que ha sido fundamental para el auge de la industria automotriz en Guanajuato: se trata del papel que ha desempeñado el Estado guanajuatense en relación con

representaban más de la mitad del porcentaje total de la producción industrial de Guanajuato (Téllez, 2014). Actualmente la industria aeronáutica está comenzando a emerger en la región del Bajío, como un sector que eventualmente tomará fuerza en estados como San Luis Potosí, Querétaro y Guanajuato.

la inversión de las empresas de diversas nacionalidades, pero donde destacan las empresas provenientes de Japón.

Se tiene así la noción, de que el Estado guanajuatense ha sido clave en un proceso de negociación entre las empresas japonesas automotrices y el órgano gubernamental estatal, para ofrecer una serie de condiciones que faciliten la instalación y permanencia de la industria japonesa en Guanajuato. La esencia y finalidad de este proceso de negociación, parece estar orientado hacia la permanencia continua del estado dentro de la lógica de la economía global, así como al interior de los principales mercados internacionales, que en conjunto, lo colocan como un estado atractivo para la inversión con amplias posibilidades de crecimiento económico, político, social y de infraestructura. En este punto, surge entonces la pregunta central en torno al tema: si existe una negociación entre Estado y empresas transnacionales en Guanajuato ¿cómo es el proceso o cuáles son las características y elementos principales que permiten visibilizar las nuevas configuraciones de la relación existente entre el Estado y las empresas automotrices japonesas, y si esas particularidades son el indicio de una posible configuración de un aparato estatal de orden transnacional?

Intentar dar respuesta a esta interrogante, permitirá abrirse camino un peldaño más hacia el entendimiento de los Estados-nación actuales, que lejos de debilitarse ante la inminente presencia de la mundialización y la economía global, adquieren mayor consistencia hacia la formación de nuevas representaciones que conjugan aspectos locales relacionados de diversas formas con las fuerzas globales; surgiendo así aparatos estatales que rebasan la concepción de la Nación y se mueven entre elementos de varias nacionalidades, dando pie a la formación de estados con representaciones transnacionales.

En este sentido, a lo largo de este capítulo se pretende hacer un análisis de la función que ha presentado el Estado de Guanajuato como institución gubernamental, para negociar la permanencia y desarrollo de las transnacionales japonesas en su territorio, consecuencia de un discurso que apuntala al estado como una potencia económica de envergadura considerable en el país. Desde la ubicación de letreros escritos en japonés en diferentes partes de las ciudades, hasta el establecimiento de escuelas con modelos educativos japoneses y el constante flujo de relaciones bilaterales comerciales y económicas entre funcionarios mexicanos y empresarios japoneses, son los ejemplos que se analizarán en este

capítulo, con la intención de partir hacia la caracterización de la transformación y adaptación de un modelo de estado de orden transnacional, que más que responder a una funcionalidad federal, responde a una de orden transnacional.

Guanajuato, un legado tecnócrata panista

Para contextualizar un poco sobre la formación del aparato estatal de Guanajuato, se debe comenzar hablando de la forma en que se compone su estructura sociopolítica y económica, la cual se caracteriza en gran medida por una amplia tradición en los caminos de la tecnocracia. Un gobierno de orden tecnócrata, se define como “aquél en el cual profesionales generan políticas públicas con criterios racionales-instrumentales, funcionarios que forman parte de burocracias gubernamentales y cuya autoridad se basa esencialmente en sus credenciales como profesionales, antes que de criterios políticos de legitimidad, como pudiera ser contar con el apoyo de una mayoría electoral” (Téllez, 2014: 10).

La tecnocracia es un sistema que implica una construcción social, pues se trata de una sociedad que posee formas de gobierno basadas en metodologías, técnicas y tecnologías para desarrollar su funcionamiento a través de especialistas y conocedores que desempeñan sus labores dentro de la administración pública, con la finalidad de mantener la viabilidad económica e incluso la propia estabilidad social del sistema.

En México se estima que la condición de la tecnocracia comenzó a tener mayor fortaleza a partir de la segunda mitad de siglo XX, pues fue en este periodo cuando comenzaron a verse de forma prioritaria los procesos de profesionalización y especialización de los burócratas de la administración federal, otorgando incluso becas para su formación en el extranjero apoyados por organizaciones de carácter internacional como el Fondo Monetario Internacional (FMI), el Banco Mundial (BM) y la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). La presencia tecnócrata en los gobiernos federales del país, se visibilizó a partir de los años ochenta, especialmente con los gabinetes de Miguel de la Madrid Hurtado y de Carlos Salinas de Gortari, donde la administración de estos gobiernos se caracterizó por su formación monetarista y sus acciones dirigidas a la

atracción de inversión extranjera, así como a una serie de políticas públicas de orden macroeconómico (Téllez, 2014: 21).

Justamente en el sexenio de Salinas de Gortari, a través de diferentes reformas estructurales se inició una fase que buscaría la apertura de México hacia la modernidad y hacia las prácticas del libre mercado y la integración dentro de la economía global. En este sentido, los gobiernos municipales fueron aceptando de buena forma plataformas de orden tecnócrata provenientes del nivel federal, aspecto que se concretó con mayor fuerza durante los años noventa y principios del 2000, con la aparición política nacional de Vicente Fox Quesada, que con su llegada a la presidencia de la República en el año 2000, propuso encaminar los trabajos hacia la formación de lo que denominó “un auténtico federalismo”, del cual surgieron políticas públicas que impactaron en los gobiernos locales de todo el país (Téllez, 2014: 47).

Vicente Fox Quesada fue una figura política importante no sólo a nivel federal, sino a nivel local, pues aún y con su perfil empresarial, su incidencia surgió precisamente en Guanajuato de la mano del Partido Acción Nacional (PAN), donde con su bandera fue electo gobernador del estado en el periodo de 1995 a 1999, para después postularse como candidato y ganar la presidencia del país en el 2000. Siendo presidente de la República, despegó un programa denominado “Descentralización Estratégica para el Desarrollo de lo Local (Desde lo Local)”, que de acuerdo a lo establecido por la propia Secretaría de Gobernación (2002) tenía como objetivo aportar elementos “necesarios para que los gobiernos locales alcancen las condiciones mínimas en los distintos rubros de las políticas y servicios públicos, que le permitan asumir y ejercer las responsabilidades y recursos transferidos por otros órdenes de gobierno” (Téllez, 2014: 47).

Para verificar que se cumplieran los objetivos de este programa, el gobierno federal estableció el Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED), que aún vigente, se encarga de ofrecer una amplia gama de productos orientados hacia la profesionalización de los funcionarios públicos a nivel municipal, especialmente en cuestión de “normas de competencias para tesoreros, secretarios de ayuntamiento, responsables de desarrollo económico” (Téllez, 2014:48). Debido al surgimiento de este tipo de programas de fortalecimiento de los gobiernos locales, es que la propia dinámica de

los municipios de Guanajuato se benefició de la política pública federal, pues además provenían de la ideología del “Auténtico federalismo”, impulsado por Vicente Fox Quesada, que a su vez surgió de las filas del PAN.

En este sentido, es importante mencionar que Guanajuato ha sido gobernado por el PAN desde hace aproximadamente 28 años, periodo del cual han surgido 8 gobernadores, incluido el actual: Diego Sinhue Rodríguez Vallejo (2018-2024). Este dato es importante destacarlo, ya que la pasada elección presidencial del 2018 en México, representó un momento histórico para el cambio de régimen político que había venido gobernando durante las últimas décadas en el país; los partidos de derecha PRI (Partido Revolucionario Institucional) y PAN, perdieron de forma contundente ante el partido Morena (Movimiento Regeneración Nacional) de izquierda. La elección de presidente, gobernadores, senadores, diputados y presidentes municipales fue casi masiva con inclinación hacia los postulantes de Morena, de manera que el 2 de julio del 2018 el territorio mexicano se tiñó de color guinda, el color de Morena, dejando casi sin oportunidades a la oposición de derecha.

Estados que habían sido gobernados durante mucho tiempo por el PRI y PAN perdieron de forma inmediata contra la masividad de votos que el pueblo otorgó a Morena. Sin embargo, los grandes líderes ahora en el gobierno morenista, se sorprendieron al ver que Guanajuato fue la excepción al mantenerse como uno de los pilares fuertes que sustentan al panismo en el país. Es así que Guanajuato es un estado que continúa siendo gobernado por el PAN y que sustenta su gobernabilidad en la línea de la tecnocracia, aspecto que servirá para entender el papel que desempeña en su relación con las empresas japonesas que actualmente radican en su territorio.



Gobernador del estado de Guanajuato Diego Sinhue Rodríguez (PAN), en la inauguración de la Planta Toyota en Apaseo el Grande. Fotografía de Prensa de Guanajuato, 2020.

La transnacionalización y los Estados-nación

Antes de mencionar algunas características que de cierta manera son sumamente visibles en la forma en que el Estado representa su relación con las empresas japonesas, es preciso partir de algunos postulados hacia la definición del “estado transnacional”, para después poder compararlo con la situación que actualmente acontece en Guanajuato. No es novedad que nos encontramos viviendo una de las épocas donde la inmediatez y rapidez de los procesos sociales son elementos cotidianos de las formas en que las personas socializan, y que se han masificado debido en gran parte, al uso de tecnologías inteligentes que están a la mano de una considerable parte de la población en general. En este sentido, nos encontramos también en una era donde la globalización y mundialización son términos que van casi siempre de la mano con los cambios continuos que se presentan en las formas de socialización de las personas. Nuestras conexiones locales como individuos están estrechamente ligadas con conexiones colectivas mundiales e internacionales, y a menudo nos encontramos conectados con procesos sociales de otras partes del mundo aún y cuando no salimos del confort de nuestra habitación personal.

La forma en que nos relacionamos se ha tornado de carácter mundial-internacional, y es casi imposible excluirnos de ese sistema. Incluso se habla de posibles formas de “internacionalización de las relaciones de socialización”, donde el término de internacionalización se entiende como “el aumento de las relaciones más allá de las fronteras de Estados y sociedades nacionales que se propagan de alguna u otra manera, sin una referencia a fronteras nacionales o ajenas”. Es así, que surgen nuevas formas de organización y se desarrollan otras formas de instituciones sociales, a través de las cuales las personas crean redes y vínculos de relaciones de tipo transnacionales que se dirigen hacia nuevas formas de socialización (Pries, 2017: 20-21).

Y es justamente en estas nuevas formas que la figura del Estado y su clásica noción del aparato regulador de la soberanía nacional y de la vida pública de sus ciudadanos, adquiere nuevos matices y deja de ser percibida como un ente inamovible y soberano. Contrario a las tesis que por algún tiempo sostuvieron que el Estado iba a desaparecer consecuencia de la intensidad del sistema mundo y la globalización, al no sobrevivir ni mantener, en teoría, su estructura de soberanía nacional y local, ante los embates de la globalización que con frecuencia crean una disociación entre las fronteras nacionales, existe también la idea de que esto no ocurre como tal, sino que al contrario, los Estados, las naciones y las sociedades mantienen todavía su relevancia e incluso podrían adquirir mayor representación al conjuntarse con la internacionalización de la economía.

Durante los años noventa un sociólogo que vislumbraba la desfragmentación de los Estados nacionales era Manuel Castells, para quien, en ese entonces, el Estado como institución había perdido ya su control temporal y espacial, siendo superado por organismos internacionales del sistema mundo como el FMI, el BM y la ONU; a su vez, estos organismos mundiales harían emerger un nuevo “Estado-multinacional”. Asimismo, la pensada crisis de la figura del “Estado-nación”, se daría también por una “pérdida de legitimidad en su interior, por la fragmentación de su sociedad en distintas identidades y por la desconcentración del poder hacia espacios locales en donde se asumen aspiraciones, demandas y objeciones diferenciadas territorialmente; fortaleciéndose al mismo tiempo esos espacios de poder e identidad frente al proceso de globalización económica” (Téllez, 2014: 18).

Consultando al propio Castells en su obra *Comunicación y Poder*, y particularmente el capítulo titulado “El poder en la sociedad red”, el autor realiza un importante análisis acerca de los conceptos de “poder” y las “redes”, de los cuales hace referencia al término del “estado red”, que considera es un importante término para entender las nuevas formas de adaptación de los estados a través de un sistema de redes y conexiones globales. Castells también considera que esta nueva forma del estado, no implica su desaparición, sino más bien una transformación: “no obstante, los estados-nación, a pesar de sus crisis multidimensional, no desaparecen; se transforman para adaptarse al nuevo contexto. Su transformación pragmática es lo que realmente cambia el panorama político en la sociedad red global” (Ibid, 2009: 69).

Para este autor, la transformación del estado se define como el “estado red” que surge de un proceso de toma de decisiones de carácter político de una red conformada por las instituciones nacionales, supranacionales, internacionales y locales, y que presenta las siguientes características: “el nuevo estado red se caracteriza por compartir la soberanía y la responsabilidad entre distintos estados y niveles de gobierno; la flexibilidad en los procedimientos de gobierno y una mayor diversidad de tiempos y espacios en la relación entre gobiernos y ciudadanos en comparación con el anterior estado-nación” (Castells, 2009: 70)

Por su parte la socióloga Saskia Sassen, importante teórica de las ciudades globales contemporáneas, ha sido una de las principales estudiosas del proceso de cambio y transformación que han adquirido los Estados y las naciones en estos tiempos, donde la economía global y los mercados internacionales son los principales reguladores del sistema mundo en el que vivimos. La percepción de Sassen sobre el papel actual de los Estados y las naciones, radica en considerarlos como aparatos que regulan relaciones negociadoras con las economías mundiales; de ahí que es importante resaltar el caso de Guanajuato, como un ejemplo preciso a través del cual el Estado funge como un aparato negociador con las empresas japonesas para preservar su permanencia en los mercados internacionales y obtener beneficios de desarrollo económico.

Para esta socióloga norteamericana, la tesis de que el Estado-nación pierde importancia y significación respecto a la globalización no es posible, pues se ha encargado de demostrar

al sistema financiero y a los flujos de capital mundiales, que el Estado y la nación en conjunto son “la institución decisiva para asegurar el mercado de condiciones necesario para el proceso de globalización económica”. De esta manera, se establece que los Estados-nación tienen y desempeñan la importante función de “establecer los marcos” para que se generen los movimientos mundiales de bienes, información, personas, empresas, corporativos, y particularmente del capital internacional (Sassen, 1998: 345).

Hasta este punto se entiende que el Estado-nación como institución soberana y regidora del aparato de gobernabilidad, no desaparece ni se debilita con el fenómeno mundial de la globalización y su economía global. Por el contrario, se mantiene, modifica, se transforma y se adapta de acuerdo a las circunstancias reguladores de los mercados y flujos de capital mundiales, planteándose entonces la interrogante respecto a ¿cuál es la forma o cuáles son las formas en que se representa esta nueva configuración de los Estados-nación, en relación a su vínculo con la economía global?

Resulta así que un proceso de transnacionalización podría ser parte fundamental de la nueva configuración que adquieren los Estados nacionales dentro de esta lógica de la mundialización. Partamos de que la transnacionalización se entiende como “las relaciones e interacciones sociales, culturales, políticas y económicas que se dan por debajo o por encima del plano de las relaciones interestatales e intergubernamentales, entre diferentes lugares en Estados y sociedades nacionales, sin abarcar todo el orbe”. Como bien se expresa, la transnacionalización no es un fenómeno nuevo, sin embargo, en años recientes ha alcanzado mayor envergadura debido justamente al auge continuo de la mundialización y el movimiento de personas, mercados, mercancías y capitales que esta conlleva. Teniendo así entonces, que la transnacionalización “es un proceso de surgimiento de relaciones transfronterizas nacionales estatales plurilocales relativamente duraderas y sólidas de prácticas sociales, sistemas y artefactos simbólicos que se amplían y se profundizan” (Pries, 2017: 44-45).

La transnacionalización dice Ludger Pries (2017), sociólogo alemán estudioso de los espacios sociales transnacionales, se contempla como una especie de “fuerza estructuradora de naciones y sociedades constituidas nacional-estatalmente, pero considerando al mismo tiempo también los nuevos entramados espaciales sociales más allá y por encima de los

entrecruzamientos de espacios sociales y de superficies en la forma de “sociedades como contenedor”. Similar a Sassen, Pries asegura que no existe por el momento otra alternativa posible para la distribución del mundo y sus sociedades, más que a través de los Estados y las naciones. Asimismo, esclarece que las formaciones de orden supranacionales (como el FMI, el BM o la ONU), tampoco se encuentran en calidad de remplazar la importancia de las estructuras estatales.

Al respecto, el sociólogo alemán enfatiza en la relevancia de lo transnacional y su relación con las nuevas formas en que se conciben los estados nacionales: “el Estado y la sociedad nacional siguen siendo las unidades de relación socialespaciales más importantes para el proceso de socialización, por lo cual aquí se habla en general, de internacionalización, y en concreto, de transnacionalización. Los estudios transnacionales investigan los diferentes grados de interacción, unión, circulación, entrecruzamiento y compenetración, por encima de los Estados-nación, y al mismo tiempo, la nación juega un papel significativo para ellos también, incluso un papel definitorio” (Pries, 2017: 120).

En este sentido, se entiende a grandes rasgos que la noción de transnacional y transnacionalización, brinda elementos clave para abrir la perspectiva de entendimiento hacia la forma en que se configuran las nuevas estructuras de los Estados nacionales, partiendo desde su relación con la dinámica de la economía global y los mercados internacionales. Esto quiere decir, que se puede hablar actualmente de una configuración que considera a los Estados-nación como transnacionales, definidos como aquellos Estados que han sobrepasado límites fronterizos entre naciones a través de las relaciones y conexiones vinculadas a la economía. Lo anterior conlleva a definir, que los Estados-nación transnacionales se conforman por una serie de relaciones de socialización económicas, políticas y culturales, que implican la conexión de dos o más nacionalidades en determinados espacios, donde la línea fronteriza de identidades presenta un proceso de convergencia que surge como consecuencia de los intereses y del orden establecido por el propio sistema regulador. El Estado no se debilita, sino que se transforma. Y un ejemplo de relación entre el órgano estatal y la economía global es el Estado nacional de Guanajuato y su vínculo con las empresas automotrices japonesas.

Hacia la concepción de un Estado de orden transnacional. El caso de Guanajuato y su relación con la industria automotriz japonesa

Ya que se ha hablado un poco de lo que podría considerarse un Estado transnacional, ahora corresponde caracterizar el caso del Estado de Guanajuato, porque se piensa como un caso que evidencia de forma particular y además de manera visible, la relación que mantiene con las empresas automotrices japonesas, que si lo estudiamos a fondo, estas últimas también son representaciones del propio Estado japonés. Como se ha mencionado anteriormente, lo aquí presentado corresponde a una investigación doctoral que tiene como principal objetivo identificar la estructura y funcionamiento de las configuraciones, cambios y transformaciones que experimentan los espacios sociales relacionados con la industria automotriz japonesa y sus habitantes en la región Bajío de México; la hipótesis es que las ciudades y localidades expuestas a la industrialización japonesa de la región, se configuran y cambian en relación a dos aspectos claves: primero por la inmersión global de las empresas automotrices japonesas y todo el complejo de elementos económicos, políticos, socio-culturales y simbólicos que implica esa introducción, y segundo, debido a las relaciones sociales y de interacción que surgen de forma local al encontrarse con ese complejo de elementos globales.

De ésta relación entre lo global de las empresas automotrices y lo local de las ciudades donde se establecen, surgen espacios sociales de interacción que pueden denominarse como espacios sociales transnacionales, pues su dinámica se mueve entre la globalidad de las empresas japonesas y sus actores sociales, en conjunto con la localidad de pequeñas ciudades como León, Salamanca, Celaya, Silao y sus habitantes. Justamente uno de los espacios sociales transnacionales que ha surgido por la industrialización automotriz es la configuración del aparato estatal.

Si nos ubicamos ahora en el panorama de las empresas transnacionales japonesas, podemos ver que indudablemente son parte del proceso globalizador y de sus conexiones mundiales, y su lógica globalizante responde justamente al contexto de intercambio comercial e inversión extranjera mundial. Japón es un país que se caracteriza por tener un amplio mercado competitivo en la rama de producción automotriz; la lógica empresarial de los japoneses se ve claramente representada en su primer modelo de producción, el Toyotismo.

Este modelo hace énfasis en el “proceso productivo y su transformación organizativa sintetizada en la aplicación y control total de la calidad y la administración justo a tiempo”. El Toyotismo se centra en un cambio en las relaciones sociales durante los procesos de producción, con la intención de lograr un proceso participativo y de involucración por parte del trabajador con la empresa en general. De la misma forma, busca lograr una producción exitosa y efectiva con un mínimo de desperdicios y tiempos muertos (De la Garza, 2006: 22).

Esta ideología empresarial que surge de los postulados empresariales de Japón, se ha conectado con diversas formas laborales en varias partes del mundo, en razón de la expansión económica de la industria automotriz y del carácter inversionista que posee el país, colocándose como la segunda nación inversionista a nivel mundial después de Estados Unidos. Los japoneses han movilizado su tecnología industrial y su modo de producción en países del continente americano como Brasil, Estados Unidos, Canadá y recientemente en México, nación que ha optado por la apertura emergente de su economía en las últimas décadas. Saskia Sassen como una de las principales estudiosas contemporáneas de la globalización, a finales del siglo pasado ya ofrecía una perspectiva del contexto de apertura de los mercados internacionales, pues asegura que desde los años 80 y 90 se produjo un cambio al interior de los Estados nacionales, donde se comenzó a optar de forma voluntaria o necesaria hacia “la privatización, la desregulación, la apertura del mercado nacional a empresas extranjeras y la participación creciente de los actores económicos de las economías nacionales en el mercado global” (1995).

México entró en esta apertura de mercados hace casi más de tres décadas, cuando en el año de 1983 optó por abrir unilateralmente su economía al exterior, respondiendo así a la problemática de la deuda externa que enfrentaba durante 1981 y 1982. Desde entonces, México ha firmado un total de 11 acuerdos con 46 países, dentro de los cuales destaca su relación con 3, que son los primordiales con los que intercambia el 90% de su comercio internacional. El primero es el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), firmado en 1992 y vigente a partir de 1994 con Estados Unidos y Canadá. El segundo es el Tratado de Libre Comercio México Unión Europea (TLCUEM) que se firmó en 1999 y entró en vigencia desde el 2000, y el tercero que justamente fue convenido con Japón, es el

Acuerdo para el Fortalecimiento de la Asociación Económica México-Japón (AFAEMJ), firmado durante el 2004 y vigente desde el 2005 (González y Loiza, 2015: 79-80).

A partir de la firma del AFAEMJ y de su entrada en vigencia, la inversión japonesa comenzó a llegar en mayor medida a México, destacando principalmente la industria automotriz en la región Bajío del país. En este contexto, el Bajío parece ofrecer el clima adecuado que buscan las empresas transnacionales en la actualidad; un lugar conformado por una red institucional que apoya la inversión foránea y favorece la competitividad y cooperación empresarial. De esa forma, la región es capaz de definir y ejecutar ciertas estrategias de desarrollo industrial que transforman la dinámica de los espacios locales, creando aglomeraciones urbanas que modifican los espacios no sólo físicamente, sino también social y productivamente (Pérez, 2015: 204-206). Es decir, que los espacios tienden a industrializarse y crear urbanización en ellos, lo que crea también nuevas configuraciones en las relaciones sociales y culturales de las personas que cohabitan ahí.

Como se ha venido mencionando a lo largo de este trabajo de investigación, los espacios físicos y en particular los simbólicos (que no se ven a simple vista, pero que se presentan a través de las dinámicas sociales y de interacción), son elementos claves para entender las nuevas configuraciones que adquieren las ciudades con la llegada de este sector industrial. En este sentido, la configuración que adopta el Estado-nación se ubica entre espacio físico y simbólico, porque en ambas partes es posible percatarse de los elementos que representan la incidencia del Estado y su relación con las empresas.

Algunos ejemplos que permiten pensar la relación de negociación entre el Estado y las empresas, y que además son visibles para la sociedad en general, son las representaciones simbólicas a través de las cuales el Estado de Guanajuato ha dejado en evidencia, que los japoneses y sus empresas son un tipo de “invitados especiales” que han llegado con la intención de ofrecer una derrama económica importante, generar inversiones, mejorar las oportunidades laborales y hacer de Guanajuato y sus ciudades un mejor lugar. Simbólicamente, el Estado guanajuatense se ha encargado de que la sociedad se familiarice con la presencia de los japoneses, como sucede con el caso de la ciudad de León, que tras posicionarse como una de las ciudades de mayor tamaño en la región, lo que considera calidad y nivel socioeconómico de vida, acceso a servicios, vías de comunicación y

caminos accesibles, alberga a una cantidad considerable de japoneses que residen en la zona debido a su empleo en las empresas.

Este último aspecto ha generado una serie de cambios dinámicos y perceptibles a simple vista en la ciudad. Algunos de los ejemplos más claros, son los letreros de “Bienvenida” escritos en japonés ようこそ, que se pueden apreciar en varios letreros de la ciudad. Restaurantes, hoteles, plazas y hasta clínicas dentales han cambiado sus nombres al idioma nipón, con la intención de atraer a esta clientela a sus negocios. En la ciudad se difunden diversos medios impresos escritos totalmente en japonés: revistas de negocios, periódicos locales de la región, revistas que se encargan de describir lugares para visitar en México, deportes, ocio y entretenimiento, hasta revistas que describen los nombres y usos de varios artículos que usan los mexicanos en su vida diaria, como los tipos de medicamentos que se venden, la comida rápida que se consume, las galletas, refrescos, productos de limpieza y una serie amplia de alimentos comestibles que se han traducido al japonés para hacer más sencillo su conocimiento a los nipones.

Por otro lado, el palacio Legislativo de Guanajuato durante el año 2018 se encargó de colocar letreros escritos en japonés en sus oficinas, argumentando que como “hay muchos japoneses en todo Guanajuato” en cualquier momento podrían visitar a los legisladores y que mejor que se sientan recibidos y familiarizarlos con letreros en japonés. Lo anterior sirve de ejemplo para pensar en una posible política pública generada al interior del Estado guanajuatense, con la intención de ofrecer “un ambiente familiar” a los aproximadamente 2 mil japoneses³ que radican en su territorio. Sin embargo, también resulta significativo pensar que esa política de colocar letreros y anuncios en japonés por algunas partes de las ciudades, surge con la intencionalidad de que los propios pobladores locales se acostumbren a los japoneses.

³ Dato contabilizado por el Consulado japonés en México hasta inicios del año 2019.



Señalética al interior de las oficinas del Congreso del Estado en Guanajuato.

Este fenómeno simbólico, podríamos pensarlo como una forma de visibilizar el poder económico de las empresas japonesas, que para el Estado y gobernantes de Guanajuato representa gran importancia e interés, denotando incluso que las autoridades estatales se han ocupado de facilitar no sólo los símbolos semánticos, sino en la propia transformación del espacio físico para beneficio de estas empresas. Ejemplo de esto se puede apreciar en las donaciones de terrenos donde están establecidas las armadoras como Honda, Mazda y Toyota, que se encuentran en diferentes municipios del estado, pero que en los tres casos el propio gobierno de Guanajuato donó los terrenos, mejoró los caminos y carreteras para el transporte de las proveedurías, permitió la instalación de cadenas hoteleras de orden ejecutivo (para que los japoneses y todos aquellos empresarios de la industria tengan donde hospedarse), e incluso permitió a constructoras la construcción de viviendas y complejos departamentales dentro de ciudades como León, Irapuato y Celaya diseñados para los japoneses.

Otro ejemplo de cómo el Estado mantiene una estrecha relación con los japoneses, es la reciente apertura en el municipio de Irapuato durante el mes de mayo de 2019, de una escuela japonesa que cuenta con los niveles de primaria y secundaria y la cual es operada en su mayoría por personal y docentes japoneses y dirigida especialmente para los hijos de los japoneses que trabajan en las empresas cercanas a la región. El terreno para la construcción de la escuela también fue donado por el gobierno del estado, mismo que les brindará un sistema de seguridad especializada, creando un polígono alrededor de la

escuela que contará con vigilancia propia las 24 horas, con la finalidad de que los japoneses sientan seguridad para ellos y sus hijos⁴.



Salón de clases del Instituto Japonés en Irapuato

Asimismo, el Estado se ha encargado de ofrecer mano de obra especializada para que labore dentro de la industria automotriz japonesa, abriendo carreras técnicas relacionadas a la industria dentro de universidades y centros de estudios públicos, que la mayoría de las veces ya cuentan con convenios y acuerdos con las empresas, para que al término de sus estudios los jóvenes puedan ingresar directamente a trabajar en el sector industrial. En este sentido, el Estado de Guanajuato tiene como objetivo establecer un vínculo entre los sectores académicos y la industria, tal y como lo expresa dentro de su Plan Estatal de

⁴ Es importante mencionar, que Guanajuato es una de las principales entidades en la República mexicana que posee altos índices de delincuencia, inseguridad y actividades relacionadas al crimen organizado. Desde hace ya varios años, se ha colocado como uno de los estados mexicanos más violentos, por albergar en su territorio a dos Cárteles de narcotraficantes, que se encuentran en constante disputa, por la venta y distribución ilegal de combustible y otras actividades ilícitas en la región. El ambiente inseguro que genera la permanencia de estos grupos criminales ha impactado de forma contundente a las principales ciudades de Guanajuato, afectando a los ciudadanos e incluso a los japoneses que radican ahí, por lo que el gobierno japonés ha tomado las medidas necesarias para mantener a sus ciudadanos protegidos ante la ola de violencia presentada en el estado. Sin duda el tema de la violencia es importante considerarlo en la investigación, y probablemente más adelante se desarrollará el apartado correspondiente a la situación.

Desarrollo Guanajuato 2040 (2018)⁵: “promover la transversalidad entre la academia y la industria, para que el capital humano mejore su formación y cualificación, impulsando nuevas y futuras vocaciones laborales”.

Dentro de los objetivos planteados en el Plan Estatal de Desarrollo Guanajuato 2040, en el área de economía, se encuentran objetivos dirigidos al sector de competitividad, productividad y empleo dentro de la industria, que se relacionan evidentemente con las posibles necesidades de las diversas empresas y de los clústeres que funcionan en el estado, donde como se mencionó anteriormente, el mayor inversionista es Japón:

“Mejorar y simplificar los procesos y trámites que entorpecen la capacitación de nuevas inversiones, con el fin de ofrecer el entorno adecuado de nuevos proyectos de inversión.

Impulsar políticas públicas en materia de infraestructura, logística, movilidad, conectividad y disponibilidad energética, así como el uso sostenible de los recursos naturales.

Incrementar el desarrollo del estado con productos de alta calidad y de valor agregado de los sectores productivos, ampliando los volúmenes de producción y generando economías de escala que detonen su desarrollo” (2018).

Para ir finalizando este breve apartado de la posibilidad de concebir al Estado de Guanajuato como de carácter transnacional, se ha procurado mostrar a través de ejemplos cotidianos cómo es que existe una relación evidente entre el Estado nación y las empresas japonesas. Como expresa Carlos Téllez Valencia (2014) dentro de la lógica de la producción y de la economía global, el interés de invertir en el Bajío y particularmente en Guanajuato “tiene que ver con la intención de abaratar los costos de producción, lo mismo que con el agotamiento del modelo de producción industrial sustentado en las economías de

⁵ Este Plan de Desarrollo Estatal, es un documento que se elabora dentro de cada sexenio de los Gobernadores, y donde se plantean los objetivos principales a desarrollar durante su mandato, con la finalidad de mejorar y ubicar a la entidad dentro de las mejor posicionadas a nivel nacional. El Plan de Desarrollo Estatal Guanajuato 2040 se elaboró en el año 2018, cuando se encontraba al mando todavía el ex gobernador Miguel Márquez Márquez.

aglomeración en el interior de las ciudades”. En este sentido, las empresas transnacionales se dieron cuenta “que en Guanajuato pueden reducir costos de producción, contratando incluso a personal calificado, como profesionales en la ciencia y tecnología”.

Esta inversión que se detonó en el transcurso de las últimas dos décadas, y cuyo capital proviene principalmente de Japón, es consecuencia inmediata de las decisiones tomadas desde el aparato gubernamental del Estado, que como se definió al principio, está conformado por una estructura ideológica que se mueve en torno a las credenciales profesionales de sus funcionarios públicos; es decir, es un Estado pensado desde la tecnocracia que ha regido durante más de 28 años en la región, y donde la característica principal es la de colocar y mantener al estado de Guanajuato como una de las 5 principales economías del país, así como ser una entidad que sobresalga por el uso de tecnología industrial y por el alto índice de inversión extranjera y alta competitividad laboral.

De esta manera, Guanajuato es un ejemplo de Estado-nación que ha sido alcanzado por la economía global y los mercados internacionales desde el sector de la industria automotriz japonesa, lo cual le ha generado una serie de conexiones que han transformado la dinámica de sus localidades, detonando en pocos años la economía local y cambiando la forma de vida cotidiana de sus pobladores, los cuales ahora se piensan “familiarizados” con las empresas transnacionales japonesas, pues el Estado así lo ha implementado, como una herramienta para mantener la inversión y el interés de Japón en Guanajuato.

Desde aspectos semánticos como el idioma japonés en las calles de León, la enseñanza del mismo en las universidades públicas como herramienta necesaria para trabajar en las empresas, hasta los restaurantes, las viviendas, los hoteles y los terrenos donados para las empresas japonesas, son todos elementos estratégicos locales pensados desde el Estado con la intención de mantenerse dentro de la lógica de la economía global dominante. Y son además, conexiones de redes que conectan a personas de diferentes nacionalidades en espacios locales, que convergen en una socialización surgida como consecuencia de la negociación entre Estados nacionales y mercados internacionales.

Se concluye que, efectivamente se necesita mayor trabajo teórico y descriptivo para fundamentar con bases bien concretas la definición de un Estado transnacional, sin embargo, se ha podido constatar que existen ya elementos suficientes para comenzar a

caracterizar los elementos que estructuran esta nueva forma de aparato estatal, el cual es sin duda, un proceso que surge como forma de adaptabilidad a las nuevas corrientes sistémicas de orden mundial, donde la economía global es actualmente el eje regulador de las sociedades contemporáneas. Finalmente se entiende con claridad, que el Estado no se debilita ni se destruye en sus formas locales de soberanía y nación, sino que se transforma y se adapta a las formas transnacionales de la globalización.

Capítulo IV Japoneses, mexicanos y sus convivencias: hacia la búsqueda de la comunicación intercultural

Introducción

Ya se ha abordado en los capítulos anteriores sobre el contexto de las posibles configuraciones, cambios y transformaciones que se presentan en los espacios físicos e incluso a nivel regional de las ciudades y entornos que cuentan con la presencia de las empresas japonesas en Guanajuato. Sin embargo, también es importante analizar el entorno simbólico y cultural que se presenta en las relaciones cara a cara de aquellos actores sociales que se involucran en el fenómeno aquí estudiado.

En ese sentido, el presente capítulo se estructura en función de la investigación etnográfica realizada durante diversos periodos entre los años 2018 y 2020, así como a través de diferentes metodologías entre las que destacan la observación participante y el relato etnográfico. La idea fundamental es construir una narrativa analítica sobre determinados actores sociales japoneses que se vinculan directamente con la industria automotriz en Guanajuato, y que presentan diferentes características, así como perspectivas muy propias sobre su cotidianidad en México. Las formas y estilos de vida que este grupo de interés (particularmente hombres) adoptan en México, son un referente de suma importancia para entender un tema que tiene que ver con la diversidad cultural y el intercambio de costumbres y formas de ser; se trata de la comunicación intercultural, elemento representativo de los intercambios culturales entre miembros de nacionalidades o culturas diferentes.

Las compañías y empresas japonesas regularmente traen consigo capital humano, y un ejemplo es la considerable población de más de dos mil japoneses que radican actualmente sólo en el estado de Guanajuato⁶. Esta situación implica un inevitable intercambio cultural entre japoneses y mexicanos, sin embargo, muchas de las veces surge en primera instancia un choque cultural que genera desencuentro debido al desconocimiento de las diferencias culturales que existen entre ambos grupos. Desde la noción acerca de la puntualidad y la formalidad en el lenguaje, hasta los horarios de los alimentos y la dedicación a la jornada laboral como elementos característicos de la cultura japonesa, son aspectos que la mayoría de las veces conllevan a un desencuentro de perspectivas y costumbres entre las formas cotidianas de los mexicanos. En este sentido, la comunicación intercultural, entendida como

⁶ Información obtenida del portal institucional y del último censo estadístico del INEGI 2020.

aquella que genera un diálogo de conocimiento empático, para lograr un entendimiento eficaz entre grupos culturalmente distintos, es una de las claves primordiales desde las cuales comenzar a atender el complejo proceso de lo que implica en esencia un intercambio cultural.

Pero para lograr la existencia de un diálogo efectivo de comunicación intercultural entre grupos culturalmente diversos, se necesita un proceso estructurado de intercambio y de conocimiento de las culturas que se encuentran interactuando en ese canal de comunicación, donde uno de los principales elementos de arranque para lograr ese intercambio es la motivación de conocimiento elemental acerca de la otra cultura con la cual se está interactuando: en pocas palabras, entender que básicamente son costumbres diferentes a la propia y abrir el panorama cultural e ideológico a la existencia de otras formas de vida en el mundo.

A través del presente texto, se busca mostrar algunas de las formas culturales que se presentan en la vida cotidiana que tienen los japoneses y los mexicanos dependiendo del contexto y ambiente donde les toque interactuar, pero donde se destaca primordialmente el espacio de las relaciones laborales de las empresas japonesas en Guanajuato, que representa uno de los espacios de interacción de mayor importancia donde se dan los choques culturales más precisos y cercanos entre las costumbres japonesas y las mexicanas. Se tiene así, que el ambiente laboral y el espacio de trabajo es el campo donde el choque cultural se presenta con mayor precisión, siendo entonces el ámbito detonante a partir del cual se forman concepciones y figuras representativas de los japoneses hacia los mexicanos, y de los mexicanos hacia los japoneses.

Cuestiones metodológicas para el trabajo con japoneses y un fragmento de relato etnográfico del diario de campo

Metodológicamente hablando, hacer investigación etnográfica con grupos culturalmente diversos es una característica indiscutible del trabajo antropológico, sin embargo, las dificultades son bastantes y el reto aún mayor para lograr obtener la información necesaria con personas que tienen una ideología y forma de pensamiento diferente a la propia.

Anteriormente, de forma personal ya se había presentado la experiencia de trabajo con grupos pertenecientes a otra cultura, como la población china que se encontraba asentada en el municipio de San Cristóbal de la Casas en el estado de Chiapas, México, durante los años 2013 y 2014. En ese lugar se trabajó con unos pocos ciudadanos de origen chino que eran propietarios de una pequeña cadena de comercios de comida rápida cantonesa. De esta manera se considera que, a partir de ese entonces, se comenzó a entender que acercarse a un grupo étnicamente diferente y además con una estructura de pensamiento ajena a la propia, representa un reto que cuestiona las formas antropológicas tradicionales de hacer etnografía en México.

Con ese referente ya claramente establecido, el trabajo etnográfico con los japoneses en el estado de Guanajuato años más tarde representó también un reto al adecuar las formas metodológicas a las propias formas de las costumbres japonesas, pues de no contar con el conocimiento más elemental de la cultura japonesa, sería impensable poder acercarse a este grupo de interés. Las formas en que se fue encontrado la manera de acercarse a recopilar la información siempre fueron complicadas por varias cuestiones, entre las que se destacan principalmente dos que atraviesan todo el proceso de investigación: 1.- la barrera del idioma y 2.- la cuestión de género.

Si bien se ha mencionado sobre las complicaciones de hacer una investigación acerca de un grupo que habla otro idioma, el cual de forma personal no se habla y se conoce aproximadamente un 10% de su totalidad, la realidad es que no todo es negativo ante esos referentes. Por el contrario, existen muchas otras formas de realizar los estudios de investigación, sólo que el esfuerzo aplicado para llevarlos a cabo representa probablemente el doble de trabajo. Dentro de estos esfuerzos se destaca como uno de los más importantes, el interés y conocimiento por la propia cultura de las personas que se están estudiando, en este caso de la cultura japonesa, porque no es cuestión sólo de hablar y entender su idioma, sino de hacer un esfuerzo por tratar de comprender los elementos y principios más básicos de esa cultura.

Un ejemplo de esta situación es la siguiente:

“En una ocasión me reuní con D. Sato⁷ para comer; después de hablar por mensajes alrededor de 2 semanas pudimos concretar el encuentro. D. Sato no habla español ni tampoco lo entiende porque recién tenía meses de haber llegado a México de Japón. Nos pudimos comunicar a través de mensajes por medio de una aplicación que automáticamente traduce el español al japonés y viceversa. Cuando nos encontramos fue complicado porque D. Sato tampoco habla inglés, entonces prácticamente nos comunicamos a través del uso de los traductores que teníamos en nuestros celulares. Cualquiera pensaría que es una locura y que el encuentro iba a tornarse aburrido e imposible, porque ¿de qué se puede hablar con alguien que no entiende lo que digo y que además nunca había visto antes? Contrariamente el encuentro resultó fortuito, pues el conocimiento de algunas formalidades culturales japonesas, como la presentación, el saludo y las costumbres a la hora de comer e incluso de tomar una cerveza, fueron elementos fundamentales para que D. Sato generara cierto grado de confianza en mí, y se diera oportunidad de convivir nuevamente”.

Otro aspecto importante además del conocimiento de las formalidades de la cultura japonesa es el manejo de un tercer idioma que es el inglés. No todos los japoneses que vienen a trabajar a México hablan inglés, pero sí es posible encontrarse con algunos que lo hablan muy bien y con otros que tienen las nociones básicas. Esta situación permitió también poder establecer un canal de comunicación con aquellos japoneses que no hablan español, pero que manejan en un 70 u 80% el idioma inglés. En este sentido, el uso de los traductores como herramienta tecnológica es de gran ayuda, porque muchas de las conversaciones que se mantienen hoy en día son a través de mensajes en aplicaciones por el celular. Esto hace reflexionar acerca del uso tecnológico y de aplicaciones en internet, como parte fundamental de las nuevas formas metodológicas y herramientas “otras” o “varias” que podemos utilizar en tiempos donde la tecnología es parte elemental de nuestras vidas cotidianas.

La otra cuestión que se considera de gran relevancia en el desarrollo de esta investigación se relaciona con un tema de género. Es importante destacar que el trabajo de investigación

⁷ Se omite el primer nombre del informante para guardar su confidencialidad en la investigación.

doctoral del cual parte el presente texto, está sustentado casi en su totalidad en la perspectiva masculina, es decir, en opinión de varios hombres japoneses relacionados a la industria automotriz japonesa en el Bajío. No es una cuestión que se haya definido personalmente ni basada en una metodología específica, sino más bien se estableció así debido a la propia naturaleza del estudio, pues en el caso de los japoneses, la industria automotriz y las empresas relacionadas al sector pertenecen a un mundo regido todavía mayoritariamente por hombres, donde la presencia de la mujer aún no cuenta con una parte representativa ni puede equipararse con el mandato que mantienen los hombres en esta industria. El papel de la mujer japonesa en las empresas transnacionales es casi nulo, y las pocas que se desarrollan en éste lo hacen a través de la traducción e interpretación del idioma español⁸. Esta situación probablemente responde a cuestiones culturales de la equidad e igualdad de género en Japón, tema que no concierne a esta investigación, pero que no deja de ser interesante observar cómo se hace presente y notorio aun y cuando no forma parte de los objetivos de la investigación.

Un ejemplo, por mencionar a grandes rasgos acerca de la marcada jerarquía de género que hay entre hombres y mujeres japoneses aquí en México, es lo siguiente que se recabó en una entrevista con K. Hayashi:

“Mientras cenábamos en una cafetería localizada al interior de un hospital, lugar donde me había citado K. Hayashi para realizar la entrevista de ese día en la ciudad de León, Guanajuato, hubo un momento donde comenzó a hablar en perfecto español acerca del rol que desempeñaban gran parte de las mujeres japonesas que vivían en México y particularmente las localizadas en el Bajío -Mujer japonesa normalmente viene acompañar a esposo. No trabaja, queda en casa con hijos, va a centro comercial y a salón de belleza y a club con otras mujeres japonesas-.

K. Hayashi me explicó que es algo común que las japonesas acompañen a sus esposos cuando son enviados a trabajar temporalmente a México, e incluso puede viajar toda la familia incluyendo los hijos. Me habló de los grupos de WhatsApp por

⁸ Realizando trabajo de campo y a través de diferentes conversaciones con japoneses, algunos de ellos llegaron a decir que las mujeres japonesas no vienen a trabajar a México, y las que llegan lo hacen por acompañar a sus esposos que sí trabajan en las compañías japonesas. Otros mencionaron que tenían una o dos compañeras de trabajo japonesas laborando como intérpretes en las empresas.

donde estas se comunicaban y la afición que tenían por conocer nuevos restaurantes de comida donde solían fotografiar los platillos, para luego compartirlos por sus redes sociales. Aquel día fue crucial para mí, pues después de escuchar los comentarios de K. Hayashi sobre las actividades de muchas de las mujeres japonesas y tras recordar que Japón se mantiene en la lista de países donde aún prevalece la desigualdad de género y la brecha salarial entre hombres y mujeres continúa siendo grande, entendí que lo que me interesaba investigar correspondía a un campo liderado casi en su totalidad por hombres”.

Personalmente resultó más factible realizar la investigación centrada en el trabajo con los hombres japoneses, pues son éstos los actores claves de la industria automotriz en Guanajuato. Sin embargo, la cuestión de género es un tema que no se puede pasar de largo y por el contrario, representa un aspecto importante, especialmente para la cuestión metodológica, pues el hecho de conocer acerca de las limitantes del idioma y del ser mujer, fue de gran ayuda para pensar en las estrategias más adecuadas para generar canales de comunicación con los japoneses. Cabe destacar que todo esto se fue aprendiendo en el transcurso de trabajo de campo y como experiencia etnográfica-antropológica.

Por otro lado, en este mismo apartado se considera importante agregar un extracto del relato etnográfico que se trabajó y se pensó en un principio colocar y estructurar como parte de un capítulo completo, sin embargo, conforme se fue avanzando en el proceso de investigación y en el análisis de la información, el formato en sí de un relato etnográfico pareció no encajar del todo con el modelo que hasta ahora se venía trabajando. En este sentido, se piensa que es relevante mostrar como referencia la forma metodológica a través de la cual se llevaron a cabo la mayoría de las conversaciones y encuentros con los actores relevantes de este estudio, particularmente con los japoneses. Conversaciones, pláticas, encuentros y reuniones que presentaron particularidades muy diversas, en ciudades y entornos diferentes.

En otras palabras, la narrativa de describir los encuentros o reuniones con las personas, pudiera parecer más un elemento de la literatura, pero en realidad es una forma metodológica mediante la cual se presentan los detalles, la observación y muchos

elementos más que son fundamentales para realizar posteriormente el análisis y los resultados de esos momentos y situaciones.

El maestro Hayashi y los amigos nikkei de Perú

“Mi relato comienza a situarse en el mes de febrero del 2018, cuando a través de algunos contactos de la red social llamada Facebook, logré establecer comunicación con Akira: un joven de 27 años de edad descendiente de japoneses, chinos y peruanos, que se encontraba viviendo en la ciudad de Irapuato y que trabajaba en la empresa de automóviles Mazda, ubicada a pocos minutos de la ciudad de Salamanca. Después de algunas conversaciones en Facebook, acordamos reunirnos en la ciudad de León un sábado por la tarde para platicar sobre su experiencia de vida en México y particularmente en Guanajuato. En esa ocasión y para aprovechar el viaje que haría a León, logré acordar otra reunión con Kazuhiro Hayashi, un día antes a la reunión con Akira. Hayashi san⁹ se desempeñaba en aquel entonces como director ejecutivo de ventas de una empresa llamada Pilar Mexicana, dedicada al control y automatización industrial.

El 9 de febrero de 2018 viajé de San Luis Potosí capital, a la ciudad de León, Guanajuato, donde acordé una reunión con Hayashi san para conocer sobre la presencia de japoneses en la región. Durante ese día, mi llegada a León se complicó por el clima; estaba lloviendo y el tráfico en la ciudad se intensificó como consecuencia de la lluvia. Asimismo, el ejecutivo japonés me había citado primero en un café Starbucks de una plaza comercial de la ciudad, la cual no conocía porque de hecho era la primera vez que visitaba León después de varias décadas. Después me envió en mensaje cambiando el lugar, y terminó por decirme que lo encontrara en un Hospital privado ubicado en una de las zonas de mayor auge económico de la ciudad. Me dijo que ahí estaría en la cafetería del Hospital, pues tenía cita con el médico.

Lo anterior complicó mi llegada a la reunión, tanto por el cambio de lugar, como por el tráfico, así que no tuve opción más que tomar un taxi afuera de la central de autobuses y

⁹ La palabra “san” es un sufijo honorífico utilizado comúnmente en Japón, para referirse a las personas de manera formal dependiendo de su edad, condición, nivel o rango de profesión. Asimismo, se utiliza siempre acompañado del apellido de la persona, porque en Japón es usual llamarse por apellidos que por los nombres.

dirigirme lo más rápido posible a esa dirección. La cita la habíamos acordado a las 6 de la tarde y yo llegué alrededor de las 7. En cuanto pisé el Hospital me encaminé apresuradamente a localizar la cafetería, y efectivamente ahí se encontraba sentado el japonés leyendo un periódico y varias revistas mientras tomaba una botella de agua. Lo primero que noté, es que no parecía el ejecutivo convencional japonés, pues no vestía traje ni camisa, de hecho usaba un pants y unas chanclas. Probablemente ropa cómoda para una visita de rutina médica, pensé. Cuando me presenté le mostré mi carta de presentación con información de la escuela donde estudio, mis datos personales y el nombre de mi investigación, a la vez que le pedía disculpas por la demora de tiempo que había tenido.

Luego de una breve conversación introductoria acerca de quién era yo y por qué estaba ahí, resumiendo a grandes rasgos que estaba interesada en conocer sobre la experiencia de los japoneses que radicaban en la región y que además se vinculaban con la industria automotriz, Hayashi san me dijo que ordenara algo de la carta para cenar, así que pedí una hamburguesa con papas y una naranjada mineral. Mientras tanto, Hayashi san en un perfecto español, consecuencia de haber vivido en México desde hacía ya varias décadas, cuando llegó como estudiante de intercambio universitario, empezó a hablar de un sinfín de cosas relacionadas con los japoneses en Guanajuato. A la vez que comía la enorme hamburguesa que me sirvieron, trataba de poner atención a los datos que mencionaba el japonés respecto a la presencia de sus paisanos; primero mencionó sobre la primera vez que llegó a México en el año 2001, consecuencia de ingresar a estudiar una maestría en Antropología¹⁰ en La Universidad Nacional Autónoma de México. Fue en ese entonces que conoció a uno de los antropólogos japoneses de mayor renombre que actualmente radica en el país, el antropólogo Shinji Hirai. Por otra parte, Hayashi san al término de sus estudios de posgrado, entró a trabajar en la Embajada de Japón, lugar desde el cual lo enviaron a otros países como Venezuela y Perú. Hayashi san se casó con una mexicana que habla perfecto japonés, con la cual tuvo un hijo que actualmente tiene alrededor de 15 años.

¹⁰ Hayashi san cuenta con un perfil profesional dentro de las Ciencias Sociales, de ahí su interés por contarme algunas observaciones que él había hecho desde su perspectiva antropológica. Sin embargo, su desarrollo laboral lo llevó a alejarse de la academia para emprender una trayectoria laboral al interior de las empresas japonesas ubicadas en otros países como México, por ejemplo.

Entre las cosas que me platicó ese día el japonés y que logré anotar en mi diario de campo inmediatamente después de charlar con él, se trataron diversas cosas, como por ejemplo acerca del tipo de empresas japonesas que actualmente radican en México y que se diferencian por su ubicación: en la Ciudad de México se encuentran las empresas de orden administrativo o de marketing comercial, que podríamos definir como todas aquellas oficinas donde se lleva a cabo el trabajo de carácter administrativo-burocrático. Mientras que en otras regiones de provincia, como el caso del Bajío Guanajuatense, se encuentran las empresas de manufactura, es decir, aquellas que se encargan de la fabricación a gran escala de automóviles y todo lo relacionado a la industria automotriz.

Me habló también sobre los 2 tipos de japoneses que actualmente viven en el Bajío: por un lado, se encuentran los japoneses que vienen directamente de Japón y que son enviados por las empresas matrices de allá. Estos se caracterizan por tener una estancia completamente pagada por la empresa, lo que incluye gasto de vivienda, automóvil personal, alimentación, seguro médico, además de su salario neto. Estos gastos cubren no sólo al trabajador, sino que incluyen a todos los miembros de su familia si es que se opta por trasladarla a México mientras realice su estancia laboral en el país. El segundo tipo son los japoneses que ya tienen tiempo radicando en México, y que son buscados y contratados por las empresas para trabajar como intérpretes y traductores de español, inglés y japonés. En este punto Hayashi san comenzó a hablar sobre algunos conflictos internos entre los mismos japoneses debido justamente a esta diferenciación laboral. Comentó que en ocasiones se presentaban críticas y hasta “envidias” por parte del segundo grupo de japoneses, los intérpretes, que regularmente son un grupo más joven que el primero, y que sienten una desventaja ante el grupo japonés de profesionistas que tienen sueldos elevados y facilidades de vivienda y vida en general.

Con certeza no puedo decir cuál es la cantidad de ingresos mensuales que puede percibir un japonés ejecutivo o perteneciente al primer grupo que dice Hayashi san, pero de acuerdo a este último, un intérprete del segundo grupo con un buen nivel laboral puede llegar a ganar alrededor de 600 pesos por hora, lo que se convierte en un sueldo de aproximadamente 140 mil pesos mensuales. Asimismo, el jefe de los intérpretes puede ganar el doble, es decir, un aproximado de 280 mil pesos mensuales. Al conocer de estas cantidades de ingresos, me

sorprendieron bastante los salarios elevados que llegan a percibir los japoneses, y pude darme una idea del nivel económico en el que se encuentran en este caso los japoneses del primer grupo, los ejecutivos y profesionistas que probablemente ganan el triple de dinero. Aspecto que contrasta en gran medida con los salarios que se pagan a los trabajadores de la línea básica de producción, es decir, los obreros, que perciben entre 700 y 800 pesos semanales, lo que un intérprete japonés gana en una hora. Esta enorme brecha salarial me dejó un mal sabor de boca cuando me la comentaba Hayashi san, sin embargo, más adelante de la investigación procuraré atender este asunto relacionado también con la percepción local de los mexicanos respecto a los japoneses y sus empresas.

Otro aspecto bastante interesante que me platicó Hayashi san, se relaciona con las mujeres japonesas que radican en la región, y que en su mayoría son las esposas de los japoneses ejecutivos de las empresas. Al parecer existe una forma que estas japonesas han desarrollado para mantenerse en contacto entre ellas, que es a través del uso de una red social llamada LINE, similar al WhatsApp que es un sistema de intercambio de mensajería instantánea. El japonés dijo que las mujeres se dedican a hablar de temas relacionados a la moda, lugares nuevos para ir a comer, escuelas para los hijos y lugares de entretenimiento para visitar los fines de semana con los esposos. En este sentido, otra red social que también es de importante uso para ellas es el Facebook, espacio a través del cual comparten fotografías de lugares y alimentos que suelen visitar y consumir, aspecto que según Hayashi san es de suma importancia, pues de no compartir este tipo de fotografías, se considera una especie de exclusión social del grupo.

Mientras escuchaba lo comentado por el japonés, aproveché para preguntarle sobre el papel de las mujeres japonesas en el ámbito laboral de las empresas en la región, a lo que me respondió que era una situación que dependía de algunos factores, como por ejemplo, el hecho de que algunas japonesas contaban con trabajos bien pagados en su país, de ser así estas no dejaban su trabajo y por consecuencia no acompañaban al esposo a México. Por otro lado, si contaban con trabajos poco remunerados, se optaba por seguir al marido y vivir del salario bien pagado de este en compañía de los hijos.

Al cabo de un rato terminé mis alimentos y continué escuchando al japonés, quien aprovechó para comentarme una situación, que de cierta manera sentí como una llamada de

atención, pues me preguntó si ya había escrito un correo electrónico la primer cónsul de León, ya que semanas antes Hayashi san me pasó su contacto y me dijo que le escribiera a la brevedad. Admito que lo dejé pasar y no lo hice; en ese entonces no pensé que representara problema alguno, hasta ese día en la cafetería del hospital, cuando Hayashi san me explicó que para los japoneses representaba una falta de respeto no escribir a alguien cuando ya se le había notificado a esa persona que le escribirían. Al parecer la primer cónsul quedó en espera de mi correo y yo no le escribí, acto que después se vuelve un problema porque los japoneses pierden interés en las personas que hacen eso. Y justo después comprendí mi falta, porque al cabo de unos días envié un correo a la cónsul de León, y no recibí respuesta nunca de ella. Ahí comencé a entender que los japoneses son sumamente estrictos en las cuestiones de relaciones interpersonales.

Después de una hora y media de charla, Hayashi san dijo que debía retirarse, así que pidió la cuenta y pagó los alimentos que me había invitado. Salimos de la cafetería y en la entrada del hospital nos despedimos, donde aproveché para agradecerle por su tiempo y por la cantidad de cosas que me había contado a grandes rasgos sobre los japoneses en la región. Quedamos en que después se concretaría otra reunión para realizar una entrevista más formal, sin embargo, eso nunca ocurrió, pues conforme pasó el tiempo y volví a contactar al japonés, este me respondía que él no podría ser un “informante clave”, y que por el contrario me contactaría con otra persona que quizá podría ser de mayor utilidad. Y justo así fue como contacté con Atsushi Endo, un viejo conocido de Hayashi san en México, pero por el momento me gustaría retomar el relato de lo sucedido al día siguiente de mi reunión con Hayashi san, cuando quedé de reunirme con Akira Ota, el nikkei japonés-peruano que mencioné en un principio.

El día 10 de febrero, al día siguiente de la reunión con Hayashi san, después de tomar un desayuno en el hotel donde pasé una noche, revisé los mensajes de Akira Ota, el joven nikkei que había contactado días antes a través de Facebook; con él quedé para reunirnos en un café en la zona oriente de la ciudad de León. En sus mensajes de ese día, Akira me propuso reunirnos a la 1 de la tarde, así que preparé mis cosas y espere hasta las 12 del mediodía en el hotel para salir con rumbo al café donde acordamos vernos. A partir de ese momento comencé a utilizar la aplicación de Uber para poder trasladarme con mayor

facilidad por la ciudad y con mayor certeza ubicar los lugares y las direcciones. De esa manera, llegué al lugar llamado “Cafezzito”, un restaurante ubicado en una zona de aparentemente buen nivel socioeconómico de la ciudad. Cinco minutos antes de la 1 de la tarde ya me encontraba en la interior del lugar, cuando de repente suena mi teléfono y veo un mensaje de Akira, donde me decía que llegaría alrededor de las 3 de la tarde, 2 horas después de lo acordado. Ante tal acontecimiento no tuve opción más que esperar en aquel lugar hasta la nueva hora acordada. Mientras esperaba y tomaba un café que ordené, me percaté de la dinámica de aquel sitio, donde se observaba gente de un nivel socioeconómico medio-alto. Asimismo, también vi como varios jóvenes japoneses arribaron al lugar en grupo para comer, platicar y después retirarse. Al percatarme de eso, pensé de inmediato que el lugar podría ser un punto de encuentro y consumo de los jóvenes japoneses, pues de igual forma Akira me citó ahí.

Alrededor de las 3:30 de la tarde, casi 2 horas y media después llegó Akira al restaurante, pero tal fue mi sorpresa cuando vi que no venía solo, sino con un amigo, su esposa y se bebé de alrededor de 8 meses de nacido. De inmediato se presentaron y a la vez se disculparon por la tardanza, haciéndome saber que venían desde Irapuato y Salamanca, lugares que se encuentran aproximadamente a una hora de distancia de León. Ya habiéndonos presentado todos, Akira comenzó a desenvolverse en un perfecto español, casi tan perfecto que le permitía bromear de vez en cuando mientras platicaba. Mientras conversábamos todos y yo les hacía preguntas sobre su vida cotidiana en Guanajuato, Akira frecuentemente se comunicaba en japonés con su amigo Kiyoshi, quien también era nikkei de origen peruano japonés.

Después de ordenar comida y bebida para todos, Akira comenzó a relatar un poco de su historia de vida en México; para ese entonces (2018) tenía 27 años de edad, nacido en Lima Perú, a los 5 años de edad se fue a vivir a Japón. Su abuelo era de origen japonés, mientras que su abuela de origen chino. Estudió la carrera universitaria de sociología, y derivada de ésta ingresó a México a través de un intercambio estudiantil, del cual a su término optó por quedarse más tiempo en el país. Mencionó tener un aproximado de 5 años viviendo en el país, de los cuales, los primeros años los pasó viviendo en Monterrey, Nuevo León, donde trabajó como interprete en algunas empresas japonesas de aquel estado. Pasados unos años,

Akira se movió a Irapuato, Guanajuato, donde fue contratado por la empresa automovilística Mazda como interprete. En esta empresa conoció a Kiyoshi, que también es un joven nikkei de origen peruano japonés, con quien inició una fuerte amistad desde entonces por compartir similitudes culturales y provenir de la misma región de Perú.

En este punto quisiera mencionar que al principio cuando llegó Akira y compañía, no pensé que su amigo era descendiente japonés, pues su fisonomía denotaba rasgos incluso mexicanos. Fue hasta que lo escuché comunicarse en japonés con Akira, cuando comencé a hilar que era nikkei. Este joven nació en Perú, pero al año y medio de edad sus padres se fueron junto con él a vivir a Japón, y allí permaneció hasta que llegó nuevamente a México. De profesión es ingeniero mecánico, sin embargo, se desempeña como interprete-traductor en la actualidad. La esposa de Kiyoshi es mexicana, originaria de Salamanca, Guanajuato, misma que conoció en un gimnasio mientras asistían a ejercitarse. Lleva dos años de casado con ella y recién han tenido un bebé. Kiyoshi lleva alrededor de 4 años viviendo en México, y a diferencia de Akira, él llegó desde Japón mandado a traer directamente por una empresa japonesa dedicada la construcción. Después de desempeñar sus actividades laborales en esa empresa, Kiyoshi consiguió trabajo como interprete en Mazda. Mientras comíamos y bromeábamos acerca de las costumbres mexicanas y la comida, Kiyoshi aseguró que gracias a la convivencia con su esposa y la familia de ella, ha logrado adaptarse al acento mexicano, manejando un perfecto español todavía mejor que el de Akira.

Después de charlar durante una hora y media, terminamos los alimentos y bebidas, pagamos la cuenta y salimos de aquel restaurante. Akira y Kiyoshi me comentaron que ese día en unas horas más habría un partido de futbol en la ciudad, y cuando es día de juego la ciudad suele alborotarse, pues son fieles aficionados al Club León. Dijeron que tenían boletos para el partido, pues además recién se había incorporado un futbolista japonés al Club León, e irían a tomarse fotografías con él. Se ofrecieron a llevarme cerca del estadio de futbol, donde también se encontraba la Central de Autobuses para mi retorno a San Luis Potosí. Cuando salimos al estacionamiento del restaurante, nos dirigimos hacia un automóvil Mazda Hatchback 3 de modelo reciente, que dijo Akira le había proporcionado la empresa Mazda a Kiyoshi, por haberse desempeñado en un buen nivel de interprete

durante el tiempo que lleva trabajando ahí. Entre bromas, Akira decía que él todavía no era lo suficientemente bueno para que la empresa le diera un carro, pero que pronto ganaría méritos propios para merecer tal incentivo. Finalmente llegamos al estadio de Fútbol, la casa del Club León de Guanajuato, y a pesar de que todavía faltaban 3 horas para que comenzara el partido, la multitud de gente ya se percibía en el lugar, y la zona comenzaba a tornarse con aires de fiesta futbolera. Ahí decidí despedirme de Akira y compañía, pues yo debía tomar mi autobús de regreso a San Luis, no sin antes acordar reunirnos en otra ocasión para platicar más detenidamente acerca de la experiencia del joven peruano-japonés en Guanajuato.

Así finalizaron mis primeros acercamientos de trabajo de campo, con bastante información que todavía no tenía idea de cómo habría de acomodar. En la cabeza me rondaban muchas interrogantes, pero una cuestión que comencé a entender a partir de ese momento fue que el trabajo de campo que yo ya había comenzado, iba a ser justo de esa manera, es decir, un trabajo metodológico que consistía en moverse de una ciudad a otra para tener conversaciones y pláticas con determinadas personas en restaurantes y cafés. Lo cual implicaba comida, bebidas y mucha conversación y socialización” (Fragmentos del diario y trabajo de campo realizado en la ciudad de León, Gto, durante el año 2018).

Japón sistémico: los diversos sistemas que estructuran la conformación del modelo laboral japonés

Un aspecto fundamental de los estudios relacionados con la diversidad cultural y los grandes retos que esta implica es sin duda la comprensión del grupo o de los grupos que por naturaleza son cultural y socialmente diferentes. Como se analizará más adelante, la comunicación intercultural ofrece posibilidades metodológicas para enfrentar el reto que implica la comprensión del “otro” desde la empatía y el interés; es decir, entender la otredad desde la postura antropológica de “ponerse en los zapatos del otro”, pero partiendo desde la noción de establecer un canal factible y eficaz de comunicación.

Se tiene entonces que, al tratarse en este estudio con un grupo que proviene de otro país, con una cultura totalmente diferente y con casi ninguna similitud en relación a la cultura de

asentamiento temporal, es importante contextualizar cuáles son esas formas culturales que hacen tan diferentes a los japoneses, esas formas que mantienen intrínsecamente arraigadas a su ser desde su nacimiento y que cuando enfrentan a una cultura como la mexicana, salen a relucir reforzando su sentido de identidad y pertenencia a una cultura que por siglos se ha caracterizado por la rigidez y disciplina de su sistema social.

No es que se trate de analizar o de partir hacia un enfoque culturalista de los japoneses, sino más bien de partir desde una noción acerca de cómo se conforma su sistema laboral, que sin duda es un elemento de suma importancia para entender los posibles conflictos que se dan en las relaciones laborales entre mexicanos y japoneses en las empresas automotrices que se han establecido en Guanajuato.

Para comenzar habrá que revisar algunos antecedentes históricos sobre la conformación de los corporativos japoneses y sus estructuras dentro de la propia cultura japonesa, pues el concepto de “empresa” se vincula directamente con aspectos culturales de Japón, como la familia, la educación, el lenguaje, su sistema social y de valores, así como su forma de ver al mundo, que no podrían entenderse sin hacer una revisión previa.

Como referente principal para contextualizar la cultura laboral de los japoneses, se ha tomado de base el trabajo de Yunuen Ysela Mandujano-Salazar, quien a través de su texto titulado “Revisitando el modelo de la cultura corporativa japonesa y la importancia de su comprensión en América Latina”, realiza una breve revisión sobre la conformación de los corporativos japoneses después de la apertura que tuvo Japón al mundo global. Al interior de la política de apertura de este país entre los años de 1870 y 1920, el Estado-nación implementó programas de ayuda para impulsar el crecimiento de la economía japonesa dando préstamos a los pequeños emprendedores, otorgando estímulos fiscales y adquiriendo equipo en el extranjero para que las empresas locales pudieran iniciar sus operaciones. Asimismo, invirtió en programas de educación, fortaleció sus universidades y envió a sus profesionistas japoneses a estudiar al extranjero para adquirir nuevos conocimientos que pudieran ser después aplicados en su país de origen (Ibíd, 2020).

Dentro de esa política interna de crecimiento económico en el estado nacional japonés, donde el objetivo principal era la reconstrucción e industrialización, surgieron dos modelos corporativos bajo los cuales se ha ido estructurando el concepto y la noción de la empresa

en ese país. Primero el sistema denominado como “Zaibatsu”, cuya principal característica era el poseer una compañía tipo holding en su centro estructural que era controlada en su totalidad por una sola familia y donde el capital que se generaba pertenecía a toda esa familia de forma grupal. Años más tarde, durante 1945 y 1960 que fueron años de la posguerra para Japón, surgen los sistemas “Keiretsu” definidos como “redes de empresas que tienen relaciones formales e informales y forman cadenas de financiamiento, productivas, de distribución y comercialización”. Además, en el sistema Keiretsu, a diferencia del Zaibatsu, el capital no pertenecía a una sola familia, sino que pertenece a todos los miembros que conforman las redes relacionadas (Mandujano, 2020: 3-7).

Desde la formación de los Keiretsu, las empresas japonesas se han regido desde entonces bajo ese esquema de estructura y organización, mismo que permanece en la gran mayoría de las empresas japonesas automotrices que se han establecido en México. Si analizamos de cerca los corporativos que forman a la industria automotriz japonesa (Toyota, Honda, Mazda, Nissan), son ejemplos de sistemas que en sus inicios se formaron bajo el modelo Zaibatsu, pues eran empresas que comenzaron con una estructura familiar, de hecho, sus nombres son pertenecientes a los apellidos de esas familias. Sin embargo, con la apertura inminente de Japón a la economía global, estos corporativos se transformaron en sistemas Keiretsu generando las grandes empresas automotrices que ahora se ubican en el extranjero y que llevan consigo a sus redes de pequeñas empresas proveedoras también pertenecientes al mismo sistema.

Es importante mencionar que el sistema Keiretsu en su conformación comparte bastantes similitudes con el modelo particular de familia que predomina culturalmente en Japón, así como la noción del denominado clan. Desde la tradición japonesa, la familia:

“se basa en relaciones jerárquicas en donde la sumisión y el respeto de los de menor rango se compensan con la protección y guía recibida por parte de los de mayor jerarquía [...]El lugar de un individuo dentro de la jerarquía de la familia se establece de acuerdo con diversos criterios, en donde la edad y la antigüedad dentro de la estructura son primordiales. Es decir, aquellos miembros de la familia de mayor edad y que tienen mayor tiempo de pertenencia deben ser respetados por todos los de menor edad y antigüedad” (Mandujano, 2020: 7).

El clan, que en japonés se traduce como “Dōzoku” se refiere a “un conjunto de familias relacionadas de acuerdo con una jerarquía en donde una de ellas es la principal -honke- y las otras son ramas de ella -bunke” (ibid, 2020). Los términos en japonés pueden ser un poco complicados de entender, especialmente sino se está familiarizado con el idioma, sin embargo, lo importante hasta este punto es comprender cómo existen bastantes elementos de la cultura tradicional japonesa que se han mantenido intrínsecos en las estructuras de su sistema social durante siglos, y que en la actualidad son formas cotidianas de su propia cosmovisión, la cual se caracteriza por su rigidez y que se puede ver ejemplificada a través de sus sistemas familiares y laborales, donde los niveles jerárquicos son respetados con disciplina y pensados como la única forma que es la correcta pues así se les ha inculcado en sus valores sociales como hijos, padres, trabajadores, ciudadanos, etc.

Mandujano menciona en su estudio que el modelo Dōzoku de estructura, es el que tomó de referencia el sistema Zaibatsu en sus momentos de mayor auge, y no precisamente por una política gubernamental, sino más bien que las familias de los Zaibatsu consideraban el clan como una forma natural y tradicional de organización que se había seguido durante generaciones. Tiempo después, cuando los Zaibatsu desaparecen, los Keiretsu logran mantener los lazos existentes entre las familias y crear una nueva reorganización de las empresas, siguiendo la lógica del Dōzoku donde los corporativos y las empresas mantienen arraigados los fundamentos estructurales y tradicionales de la familia japonesa, dando entonces origen al modelo actual de “la cultura corporativa japonesa o el Japan Inc” (ibid. 2020).

En este contexto, los Keiretsu que son el modelo de las empresas japonesas en la actualidad, pertenecen a otro sistema general japonés que es el más importante dentro y fuera de Japón, bajo el cual se integran al mundo laboral los japoneses: se trata del sistema de empleo de por vida o también llamado “Nenkō Joretsu”. Por medio de este sistema: “un individuo ingresa a una determinada compañía al graduarse de secundaria, preparatoria o universidad -dependiendo de los requerimientos- y permanece en ella hasta el retiro”. Dentro de este sistema de empleo, existe a su vez el modelo de empleado “regular” que es “aquel que ingresa a una compañía con un contrato sin plazo determinado, para trabajar tiempo completo para esa misma corporación, sin especificar un puesto o función, y que

recibe prestaciones de sistema de salud, compensaciones salariales y sistema de retiro” (Mandujano, 2020: 9).

En el sistema de empleo *Nenkō Joretsu* una de las características de mayor relevancia radica en su forma de ascender jerárquicamente de puesto al interior de la empresa, donde los empleados con mayores años de antigüedad son los que se van a ver beneficiados y con mejores puestos, en comparación a los más jóvenes y con menos años en la empresa. Tampoco tiene relevancia la experiencia, grados académicos o títulos obtenidos. En otras palabras, en este sistema en particular no interesa mucho las habilidades con las que pueda ingresar una persona a trabajar, sino más bien el proceso de iniciar desde cero y hacer antigüedad para avanzar en las posiciones de jerarquía de la empresa y la experiencia que vaya obteniendo. Un aspecto que, si lo comparamos con la situación laboral en México no es la norma, y menos con las generaciones más jóvenes, que más que la permanencia de por vida en una empresa, buscan la movilidad y la posibilidad de ascender de puesto en donde se les de la oportunidad. Por eso existe una constante rotación laboral en gran parte de las empresas en México, porque si las condiciones y oportunidades de crecimiento profesional no convencen al empleado, entonces éste verá la opción de renunciar y buscar otro empleo mejor pagado y donde considere que sus capacidades profesionales son mejor valoradas.

Otro sistema que adquiere relevancia dentro de la estructura cultural del mundo laboral japonés, es la concerniente al denominado “Salaryman” que se considera como el modelo ejemplar del sistema *Japan Inc.* El Salaryman (que puede traducirse como “hombre asalariado”) incluye a “todos los empleados varones de cuello blanco de las corporaciones y el gobierno, y son ellos y sus familias quienes han constituido una gran parte de la clase media de Japón desde la posguerra [...] un Salaryman es valorado por su empleo; su estatus social está fuertemente ligado a su lugar en la compañía y al lugar de su compañía en la industria [...] Asimismo, el estatus que adquiere a través de su empleo determina en gran medida también su futuro personal, sus perspectivas de matrimonio, de vivienda y de escuela para sus hijos” (Mandujano, 2020: 10).

El sistema de los Salaryman es también una forma que las empresas japonesas establecidas en Guanajuato han traído consigo, y una gran parte de sus empleados japoneses pertenecen a esa categoría, la cual, al poseer estándares específicos dentro de la estructura laboral

japonesa, suele conflictuarse con las formas laborales mexicanas, pues lo más parecido que podríamos encontrar en México a un Salaryman japonés, serían aquellos puestos administrativos de gobierno o la denominada clase burócrata. Sin embargo, en el sector privado de las empresas no hay una figura tan específica que siga los patrones de los Salaryman japoneses.

Asimismo, es interesante analizar el modelo de los Salaryman en México, y específicamente en Guanajuato, pues a través de las conversaciones que se realizaron con empleados japoneses que evidentemente pertenecen al arquetipo de Salaryman, fue posible ver como la gran mayoría entran dentro de ese modelo que se ve presionado a cumplir con los estándares sociales de su país, como el hecho de casarse, tener hijos y formar una familia, aún y cuando estén fuera de su país. Por esta razón, muchos de esos Salaryman que llegaron solteros a México enviados por sus empresas japonesas, encontraron factible casarse con mujeres mexicanas¹¹ y formar una familia de este lado del mundo.

Japón es un país que se caracteriza por ser sistémico, lo que implica también poseer armonía y disciplina dentro de sus sistemas para que funcionen correctamente. En este contexto, el sistema de las jerarquías y el respeto que se mantiene en torno a él es una costumbre que se puede encontrar en todos los elementos de la vida social de Japón, desde la familia y la escuela, hasta en las relaciones laborales de las empresas. Otra diferencia que para el caso del sistema laboral mexicano no aplica, pues en México las jerarquías laborales existen, pero no se mantiene un sistema de respeto rígido y de lealtad empresarial para la toma de decisiones, como sí lo hay en Japón.

En Japón el sistema de jerarquías se diferencia por la posición de un individuo respecto a otro: “las personas en puestos de autoridad -jefes de sección, de departamento, divisionales,

¹¹ Un aspecto que me parece interesante mencionar como comentario, es el referente a la perspectiva de estos hombres japoneses empleados de las empresas y su noción de matrimoniarse con mujeres extranjeras, en este caso con mexicanas. Fue interesante observar y escuchar la apertura de los japoneses para relacionarse con las mexicanas, pues desde su parecer, las mujeres mexicanas no son tan complicadas en cuanto a sus estándares sociales, de vida y económicos como sí lo son las mujeres japonesas; es decir, para un hombre japonés el estatus que mantenga en su trabajo, su salario y sus oportunidades de crecimiento económico son los referentes más importantes que poseerá para tener éxito en encontrar una mujer japonesa y casarse. En cambio, con las mujeres mexicanas, los japoneses no sienten tanto la presión de mantener un estatus social, por un lado, porque no están en Japón, y por otro lado porque las mexicanas no poseen estructuras culturales tan rígidas y en su búsqueda de pareja no dan tanta prioridad al elemento del estatus social, como sí lo hacen las mujeres japonesas.

presidentes- tienen una función análoga a la de padres (oyabun) para sus subordinados, quienes son considerados como hijos (kobun), en el sentido de que reciben la protección y guía por parte de los de mayor rango”. En esta lógica de mayor y menor rango, un empleado japonés deberá dirigirse a aquellos que no son sus jefes siguiendo el estándar del factor de antigüedad de estos, es decir: “aquellos que ingresaron a la empresa antes que él serán sus “senpai” y serán vistos como hermanos mayores en los que podrá buscar apoyo. Aquellos que ingresaron con él son “dōryō”, la categoría de par. Los que se incorporen después de él serán sus “kōhai”, una especie de hermanos menores a quienes deberán guiar” (Mandujano, 2020: 12).

Dentro de esta lógica de mantener el respeto por las jerarquías en el entorno laboral, cohabita un valor nacionalista japonés que tiene que ver con el cumplimiento de las obligaciones y responsabilidades de los individuos en sus tareas asignadas de forma individual, para que de forma colectiva se den los resultados esperados por todos. Se habla de “una responsabilidad colectiva basada en la individualidad. La expectativa es que el individuo inmerso en un objetivo grupal lo interiorice como prioridad y realice los sacrificios necesarios en el presente con vistas de beneficios grupales en el futuro” (ibid.2020). Lo anterior se entiende como una noción intrínseca individual de responsabilidad para hacer las cosas bien y que beneficien de forma colectiva al grupo de pertenencia en un futuro determinado. Es como decir “si yo hago mi parte bien, el beneficio será para todos”, aspecto que lamentablemente no se encuentra a tal nivel en la cultura laboral mexicana, donde justamente el sentido de responsabilidad japonés choca con el sentido de responsabilidad mexicano, donde existe más una noción de irresponsabilidad por los actos individuales del deber ser. En México el sentido de la responsabilidad individual por el bien colectivo es bastante endeble, y en los ámbitos laborales abunda más el sentimiento de la irresponsabilidad y de hacer las cosas por intereses individuales más que por el bien de todos.

Por otro lado, para los mexicanos el trabajo es importante, pero existe una tendencia a establecer ciertos límites entre los horarios laborales, el término de estos y el descanso fuera de la jornada laboral. Para los japoneses en cambio, existe mayor flexibilidad respecto a ciertas actividades que pueden considerarse como pertenecientes al trabajo, pero que se

dan en entornos externos al mismo, ya que en esas actividades se presenta mayor cohesión con el grupo social que representa la empresa. En Japón es una actividad común el hecho de salir a beber después del término de la jornada con los compañeros y jefes, y se considera como parte de las actividades cotidianas del trabajo. Lo mismo sucede con el caso de la práctica del golf los fines de semana, donde acompañar al jefe inmediato a jugar es visto como una de las obligaciones laborales de los japoneses.

En este sentido, esas convivencias fuera de las oficinas de la empresa y de los horarios establecidos para la jornada laboral “son tan importantes como el trabajo mismo al momento de elaborar planes y negociarlos. Pero también lo son para nutrir las relaciones entre colegas y el sentido de familia que buscan mantener las empresas” (Mandujano, 2020: 12). Situación que no ocurre de la misma forma en México, pues, aunque existen las convivencias con los compañeros de trabajo, para los mexicanos los horarios fuera de la jornada laboral son muy importantes y dedicados exclusivamente para el descanso o el tiempo con la familia. Los japoneses podrán dejar en segundo plano el tiempo con sus familias, porque para ellos el trabajo es la responsabilidad más importante, mientras que para los mexicanos la familia siempre será más importante en la mayoría de los casos.

Relaciones laborales y el choque de la diferencia entre mexicanos y japoneses

En relación con los aspectos que llegan a generar parte de los desencuentros culturales entre japoneses y mexicanos, como se mencionó al inicio de este artículo, aunque los miembros de ambos grupos pueden llegar a convivir o intercambiar comunicación en distintos entornos sociales, el ámbito laboral es el principal escenario donde la convergencia puede resultar en el choque de ambas culturas, pues es éste donde se presenta mayor acercamiento y donde entra como principal conflicto el entendimiento de la cultura laboral de japoneses en contraste con la mexicana.

En el apartado anterior se revisó a grandes rasgos la estructura del sistema laboral japonés, y se entiende que posee características arraigadas por generaciones cohesionadas a través de diversos sistemas que permean en su totalidad a la cultura japonesa. En ese sentido, ahora se partirá a ver algunos casos específicos de cómo el sistema del Salaryman japonés,

por ejemplo, choca y se conflictúa al enfrentar las costumbres más flexibles de los mexicanos en los entornos laborales, lo que ocasiona de forma general una estancia complicada de los japoneses en México.

Durante el trabajo de campo para la investigación, en reiteradas ocasiones se presentó una opinión particular de los japoneses empleados de algunas de las compañías japonesas establecidas principalmente en la ciudad de León de los Aldama. Opinión que se relaciona con la perspectiva que tienen sobre la experiencia de trabajo con sus compañeros y también empleados mexicanos. Antes de continuar, un dato curioso de mencionar en este punto es el hecho de que cuando se les pregunta a los japoneses que si les gusta vivir en México, la gran mayoría suele contestar de forma positiva con un “sí”, e incluso pueden llegar a mencionar “que les gusta mucho México”. Sin embargo, cuando se indaga con mayor profundidad el tema del ambiente laboral en sus empresas, la opinión cambia.

En una conversación con H. Takahashi, un japonés de 33 años que tiene alrededor de 2 años y medio viviendo en León, las situaciones de conflicto con sus compañeros de trabajo mexicanos fueron evidentes cuando él habló en un español avanzado, acerca de sus experiencias de trabajo en la empresa donde actualmente labora, y donde destacó que, aunque siente cierto agrado hacia sus compañeros, no logra entender su comportamiento “mexicano”:

“Es que no entiendo mexicano. A veces me duele cabeza porque me enoja...mi compañero mexicano hizo mal trabajo y hecho culpa a otro compañero, pero yo sé que él hizo mal y que no fue culpa de otro compañero y eso me enoja mucho porque dice mentira...no entiendo porque mexicano hecha culpa a otro y dice mentira...no entiendo, no”.

En un extracto del diario de campo y de las descripciones que se realizaron con japoneses, se menciona el caso de Ryo F, otro japonés que recién estaba cumpliendo un año de haber llegado a la ciudad de Celaya a trabajar, en mayo del 2021. Ryo no hablaba en ese entonces español y sólo podía comunicarse en un nivel intermedio de inglés, así como a través de aplicaciones de idiomas y de traducción:

“Cuando Ryo F se enteró que yo estaba realizando una investigación científico-social sobre la industria automotriz japonesa en México, mostró cierto entusiasmo pues comenzó a enviarme mensajes preguntando mi opinión sobre los japoneses que viven en México. También me pedía de forma amable que por favor le ayudara a “entender” a los mexicanos, que incluso él había comprado unos libros sobre México y su historia, dando a entender que tenía la firme intención de poder aprender sobre el comportamiento de los mexicanos a través de éstos. A las pocas semanas del primer contacto con Ryo, tuvimos la oportunidad de coincidir en una comida en la ciudad de San Luis Potosí. Fue ahí, donde hice uso de un inglés básico, así como de mis aplicaciones de traducción para poder establecer una comunicación con Ryo. El japonés de 32 años decía constantemente tener interés en mi investigación y que quería conocer los resultados finales de esta. Asimismo, expresaba con confusión en su rostro, el hecho de no entender a los mexicanos con los que trabajaba: “Why are Mexicans like that? I was working in Thailand for a while, and the people there could understand Japanese thinking better. But Mexicans cannot understand Japanese thinking at all. Mexicans don't make an effort to understand and take things lightly. Can you explain to me why Mexicans are hard to understand?”.

T. Yamazaki es otro japonés que tiene aproximadamente 5 años residiendo en la ciudad de León, y trabaja en una pequeña empresa de autopartes que es propiedad de su familia, así que él estaba encargado en ese tiempo (finales del año 2020 y principios del 2021) de atender al negocio familiar. A pesar de tener ya casi 5 años en México, Yamazaki aún presentaba dificultades para hablar en español, y por su parte prefería comunicarse a través de mensajes escritos en idioma inglés.

Yamazaki en alguna ocasión explicó que a él le gustaba dibujar y que en la universidad había estudiado una carrera de diseño gráfico, pero que tuvo que venir a México a encargarse de la empresa familiar porque su padre así se lo pidió. Lo anterior permitió reflexionar sobre el hecho del “deber ser” y de la responsabilidad individual colectiva de los japoneses y su tradición jerárquica familiar, donde los intereses individuales o

personales son relegados porque lo más importante es mantener la cohesión del grupo al que se pertenece.

Otro ejemplo interesante es el de T. Akamatsu, un joven japonés que tenía apenas 28 años cuando se estableció contacto con él, que fue a finales del año 2020 en la ciudad de León. Para ese entonces T. Akamatsu tenía ya casi 4 años viviendo en México, y una de las cosas más sorprendentes es que manejaba un nivel de español bastante bueno, conociendo y haciendo uso incluso de las expresiones del lenguaje coloquial más básico que utilizamos los mexicanos, incluyendo las groserías y el uso del llamado “doble sentido” en muchas de las expresiones mexicanas.

Era evidente que éste japonés había tenido contacto y bastante convivencia con la cultura mexicana, misma que ya comenzaba a asimilar. Sin embargo, cuando hubo la oportunidad de tener una conversación profunda donde se indagó su perspectiva y podría decirse que, hasta sus sentimientos y emociones sobre su estadía en México, salió el hecho de no entender a los mexicanos e incluso en varias ocasiones hasta llegó a referirse de forma negativa sobre el comportamiento general de los mexicanos:

“Hoy tuve que quedarme horas extra en mi trabajo, porque mi compañero mexicano no hizo bien su trabajo y yo tengo que hacerlo por él...mi compañero me cae bien, pero sólo pasa viendo su WhatsApp y no hace bien su trabajo. Todos los mexicanos son así, y también siempre, siempre llegan tarde. Pero si llega tarde, yo me voy y no espero por él”.

Finalmente, está el caso de Hirotaka G. un japonés de 31 años que muy similar a T. Akamatsu, maneja un avanzado dominio del idioma español, lo que le permite hacer uso incluso de palabras coloquiales y altisonantes entendiendo perfectamente el contexto y uso de estas. El caso de Hirotaka es curioso y un poco diferente al resto de los japoneses aquí mencionados, pues él dejó Japón para venir a trabajar a México por su cuenta y se empleó en una empresa de venta de plásticos para emplear de origen mexicano. Su caso es diferente porque cuando mencionó que estaba “cansado de vivir” en Japón, dijo que quería venir a México para no trabajar con japoneses y mejor conocer la forma de vida mexicana:

“Me contrató una empresa mexicana porque sería divertido...quería escapar de Japón. Soy loco japonés así que renuncié a la empresa japonesa y decidí trabajar en la empresa mexicana porque creí que sería divertido nada más. Pero la verdad ahora es la etapa de mejorar mi español y conocer la realidad de México”.

Aunque realmente la idea de conocer “la realidad de México” o a “los mexicanos” tiene su esencia en la necesidad que experimentan los japoneses cuando se enfrentan a las diferencias del sistema social y cultural mexicano, pues ese interés por conocer es la muestra clara de que llegan al país sin tener idea previa del idioma ni de la cultura, lo cual les va a generar conflictos desde el primer momento que pisen el país.

Así como los casos de japoneses aquí expuestos, podría decirse que un amplio porcentaje de la población proveniente de Japón que habita en México tiene una perspectiva similar, aunque su primera referencia sobre vivir en México siempre será positiva, cuando se profundiza en su opinión más particular, es inevitable que surjan los roces y los conflictos que les crea el choque cultural con las costumbres mexicanas. Ysela Mandujano también ha identificado el problema en cuestión para el caso de la cultura latinoamericana cuando menciona que:

“Dentro de las empresas y organismos de origen japonés instalados en países latinoamericanos, su presencia con frecuencia ha ocasionado fricciones en su interacción con empleados locales. En la mayoría de los casos, esto se debe a que, mientras las corporaciones se preocupan por la capacitación técnica de los empleados expatriados y locales, no priorizan la capacitación y sensibilización intercultural. Este choque cultural dentro de las corporaciones tiene necesariamente un efecto negativo en la eficiencia y desempeño potenciales de las mismas, además de que contribuye a la rotación de personal en ella” (ibid. 2020: 18).

La comunicación intercultural como fomento al diálogo e intercambio cultural entre mexicanos y japoneses

La problemática central del asunto planteado es que las diferencias culturales y el desconocimiento de las costumbres y formas ideológicas entre japoneses y mexicanos, crean conflictos internos de entendimiento y comunicación, que afectan de diversas maneras las relaciones laborales en el sector de la industria automotriz en el Bajío. Aunque se tiene conocimiento del problema e incluso se han puesto en marcha opciones para solucionarlo, como por ejemplo cursos de capacitación aplicados por las compañías y empresas a sus trabajadores, la realidad es que estas alternativas no cuentan con un enfoque adecuado para atender el problema desde su estructura base, que son las diferencias y la diversidad cultural entre ambos grupos.

Asimismo, además de crearse espacios con problemas comunicativos, malentendidos y percepciones erróneas al interior de las empresas, el no entender las costumbres japonesas y mexicanas, así como la barrera del idioma entre ambos grupos, llevan a un aislamiento y encapsulamiento principalmente por parte del grupo japonés en su vida cotidiana. Creando un problema de socialización restringido, donde sus actividades se limitan al trabajo y a la muy poca o casi nula relación con el resto de la sociedad donde viven temporalmente.

Como también lo expresa Mandujano “las culturas latinoamericanas difieren considerablemente de la japonesa. La cultura laboral latina, en general, suele poner menos énfasis en la puntualidad, la responsabilidad, la precisión y la disciplina, cuestiones que para el modelo industrial y de calidad japonés son esenciales”. En este sentido, el problema no logra definirse como una sola cuestión, sino que se equipara con el no entendimiento por pertenecer a dos culturas diferentes “no se trata sólo de una dificultad debida al idioma, sino a las diferencias culturales; cada grupo -el japonés y el latinoamericano- tienen naturalizados valores que suelen ser contrapuestos y los vuelve renuentes considerar otra forma de hacer las cosas” (ibid. 2020: 18).

Se tiene así entonces que un análisis de los actores involucrados en esta cuestión sería el siguiente, donde se destacan los grupos tanto mexicanos como japoneses que se involucran en el sector de las relaciones laborales, que como se ha visto hasta el momento, es el sector

o espacio social (mejor dicho), donde se presenta en mayor medida la interacción directa entre ambos grupos culturales y donde en consiguiente surgen los choques culturales:

Grupos	Intereses	Problemas percibidos
Japoneses que viven y trabajan en la zona industrial de la región Bajío de México.	Lograr la estabilidad económica y de los mercados automotrices de sus compañías y empresas.	Choques culturales y poco conocimiento sobre las dinámicas culturales y sociales de la región del Bajío.
Japoneses que provienen de distintas regiones de Japón.	Fortalecer el trabajo en las diversas compañías del sector automotriz japonés en el Bajío.	Aislamiento social, poca convivencia entre connacionales. Nula convivencia con la población local.
Mexicanos que trabajan en el sector automotriz japonés en el Bajío.	Estabilidad económica en la región y oportunidades laborales en el sector industrial.	Desconocimiento de la cultura japonesa y de la ideología laboral de Japón. Choque cultural con las formas y costumbres japonesas.
Mexicanos locales de las distintas ciudades de Guanajuato con presencia de industria automotriz japonesa.	Búsqueda de oportunidades laborales y mejorar calidad de vida en la región.	Desconocimiento de la cultura laboral de Japón. Desconocimiento de la cultura en general de Japón. Poca experiencia en convivir con poblaciones extranjeras.

Cuadro elaborado con información propia recopilada en entrevistas y trabajo de campo.

En sí el problema radica en una cuestión de orden cultural, y del desconocimiento de las principales características que hacen distintas a esas culturas frente a otras. Lo interesante en este tema, es que incluso las formas laborales en Japón están permeadas por una fuerte estructura de tradición cultural: “tal como se ha visto, la base de la cultura corporativa japonesa se encuentra en estructuras, prácticas y valores tradicionales; por ello, las diferencias culturales pueden llegar a causar dificultades para su correcto desenvolvimiento” (Mandujano, 2020: 20).

La principal propuesta pensada en consecuencia para atender la situación observada consiste en posicionar el uso y conocimiento de la comunicación intercultural como herramienta para construir un dialogo de entendimiento e intercambio cultural entre mexicanos y japoneses. El objetivo general es lograr un conocimiento de las diferencias

culturales y las dinámicas sociales y laborales que tiene cada grupo, explicando con ejemplos precisos que puedan ser llevados a cabo en las prácticas cotidianas de interacción.

La comunicación intercultural, entendida como aquella que genera un diálogo de conocimiento empático, para lograr un entendimiento eficaz entre grupos culturalmente distintos, es una de las claves primordiales desde las cuales comenzar a atender el complejo proceso de lo que implica en esencia un intercambio cultural. En este sentido, en este proyecto de investigación doctoral se piensa que la comunicación intercultural se puede utilizar como una herramienta metodológica para brindar los conocimientos esenciales acerca de las diferencias culturales que existen entre ambas poblaciones, con la finalidad de mejorar las relaciones y fomentar un intercambio cultural entre México y Japón.

En este sentido, Mandujano también comparte la idea acerca de que es necesario entender que se trata de un problema que implica mejorar los canales de comunicación a través de prácticas interculturales, particularmente porque:

“La llegada de los expatriados japoneses a puestos directivos dentro de las corporaciones y organizaciones instaladas en América Latina han puesto de manifiesto una brecha cultural en el ámbito laboral [...]por tanto, a fin de potenciar la eficiencia dentro de las organizaciones y evitar la rotación de personal ocasionada por inconformidades con las dinámicas dentro de ellas, se requiere priorizar una capacitación intercultural en ambos sentidos que permita una mejor comunicación” (ibid. 2020).

A grandes rasgos, estos son sólo algunos ejemplos de las posiblemente muchas otras perspectivas similares que se interiorizan en los japoneses al llegar a un país cuya cultura desconocen en su totalidad. Al considerar a Japón como un país que ha tenido éxito en exportar parte de su cultura a través de diferentes formas en todo el mundo (tecnología, literatura cine, anime) para muchos mexicanos puede representar de especial interés conocer sobre las formas más básicas de la cultura japonesa, como sus valores sociales y sus conceptos acerca de la lealtad, el honor, la disciplina y la puntualidad, por mencionar los más comunes. Pero del lado de los japoneses no ocurre lo mismo, pues no hay una exportación de cultura mexicana al nivel de la japonesa, y tampoco se estima que exista una capacitación por parte de sus empresas en materia de asimilación o conocimiento de la

cultura y sistemas sociales de los países a donde viajarán de forma permanente para trabajar.

Debido a este desconocimiento, los japoneses enfrentan el shock cultural con mayor intensidad que los mexicanos. Sin embargo, no sólo se debe al desconocimiento de la cultura o culturas, sino que el factor de asimilación o incluso de apertura a entender la diferencia y la diversidad es fundamental en la forma que una persona puede ser afectada o no por los choques culturales. Esto quiere decir, que, si colocamos en una balanza de adaptación a la diversidad cultural y diferentes formas de pensar y ver el mundo, los mexicanos tendrían mayor ventaja en apertura de comprensión y aceptación a estas formas, en comparación con los japoneses, pues los primeros al provenir de una mezcla de dos culturas (española y prehispánica) son más abiertos a aceptar la diferencia o al menos a verla como algo que existe de facto y que siempre estará presente. Aspecto que para los japoneses (por ser más homogéneos) pareciera no figurar en su sistema de pensamiento. Los japoneses al ser una sociedad sumamente uniforme presentan grandes dificultades para entender la diversidad y la existencia de otras formas de pensamiento que no son como las propias.

Ante estas circunstancias, la recomendación para ambos grupos culturales, sería la apertura y aceptación a la diversidad, manteniendo en primera instancia el respeto por las formas culturales de cada grupo o persona, y teniendo como principal motivación la bandera del intercambio cultural como forma de aprendizaje; es decir, tanto japoneses como mexicanos pueden aprender mutuamente de sus formas de trabajo, así como de la cultura laboral de cada uno de los países y utilizar ese conocimiento de forma positiva y benéfica para el mejoramiento de las empresas de los dos países.

Además, que la responsabilidad corresponde en mayor parte a las empresas, que deben ocuparse en contemplar programas de capacitación cultural para sus empleados, especialmente para sus connacionales japoneses, puesto que son éstos quienes más se conflictúan y se enfrentan a situaciones de estrés por no entender la cultura y el comportamiento mexicano. Sin embargo, aunque la responsabilidad sea mayor para las empresas, pues son estas quienes hacen uso del capital humano y envían a sus connacionales al extranjero, también se trata de un trabajo en equipo, donde ambos grupos

que conviven y convergen particularmente en el espacio de las relaciones laborales, tienen como principal tarea la búsqueda de un diálogo efectivo de comunicación, que se caracterice, no necesariamente por la empatía, pero al menos si por la comprensión y entendimiento del otro, o de aquello que les es diferente.

Anexo de fotos



Fotografía 1. Reunión y entrevistas con A. Endo y M. Chiyoda en la ciudad de León, octubre 2018.



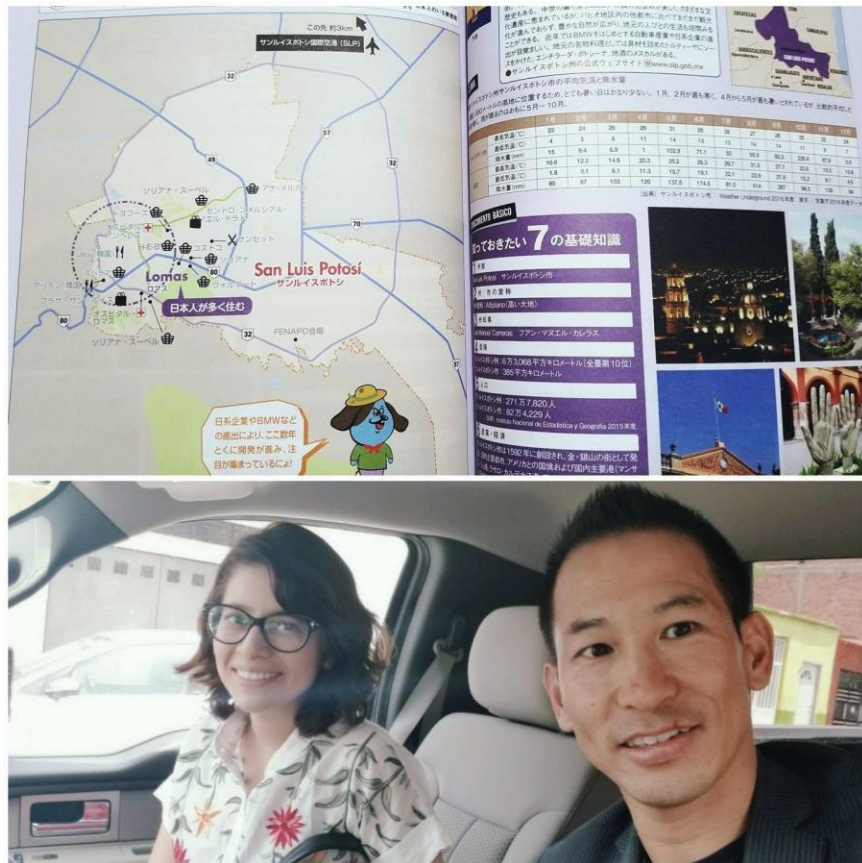
Fotografía 2. Visita a la Cámara Japonesa de Comercio e Industria de México, mayor de 2019



**Fotografía 3. Después de la entrevista con A. Ota, Nikkei peruano-japonés que se encontraba
residiendo en Irapuato en ese entonces. León, agosto del 2018.**



Fotografía 4 y5. Trabajo de campo en la ciudad de Irapuato con S. Hirai y P. Miura, abril del 2019



Fotografía 6 y 7. Entrevista con A. Endo, donde me obsequió una revista japonesa con información relevante de la región Bajío, incluida la ciudad de San Luis Potosí. Febrero del 2018.

Capítulo V Conclusiones

Llegar a establecer conclusiones determinantes no es un factor que personalmente se considere como algo absoluto. Por el contrario, se piensa de forma partidaria en que las conclusiones a las que llegan las investigaciones sociales son parteaguas para generar nuevos cuestionamientos y continuar en la búsqueda constante del conocimiento social acerca de los temas analizados en esas investigaciones. En ese sentido, es pertinente expresar que los breves resultados a los que se llegaron en este proyecto representan solamente una parte del proceso o fenómeno analizado. Esto quiere decir, que probablemente en años posteriores el fenómeno de la industrialización en la región del Bajío mexicano y su relación con la presencia de empresas japonesas va a presentar un panorama probablemente con cambios considerables en comparación con el expuesto en esta investigación y que podrá ser útil como un referente para continuar analizando ese fenómeno o situación.

Se considera que una característica de especial importancia dentro de las investigaciones de orden social es su capacidad de ofrecer resultados que no son determinantes en el transcurso del tiempo, y que, por el contrario, se encuentran sometidos a la propia dinámica de cambio que generan los procesos sociales. En este contexto, el objetivo principal de esta tesis de doctorado fue analizar e identificar cuáles son aquellos cambios más notorios y cómo se configuran los espacios sociales que se generan con la dinámica de industrialización que ha estado presentando en el estado de Guanajuato en las últimas décadas, donde además la presencia de empresas transnacionales de origen japonés representa un elemento que directamente se relaciona con esos cambios y configuraciones.

De esta manera, a lo largo de los 4 capítulos expuestos en la investigación, se pretendió mostrar que ciertamente existe una correlación entre los cambios económicos que se suscitan actualmente en Guanajuato y sus ciudades vinculadas a la industria, con la presencia y establecimiento de las empresas automotrices japonesas. Esto quiere decir, que efectivamente existe una relación estrecha de la industria automotriz japonesa (y todo lo

que conlleva el sector) con las dinámicas de crecimiento económico de Guanajuato en los últimos años.

Guanajuato es uno de los estados que ha presentado mayor crecimiento industrial en años recientes, lo que implica la inversión de diversas empresas transnacionales, entre las que destacan las pertenecientes al sector de la industria automotriz. En este contexto, en el estado guanajuatense se han establecido empresas alemanas, estadounidenses, españolas, chinas y japonesas. Teniendo, así como principal referente de la industria automotriz a la empresa General Motors (GM) de Estados Unidos de Norteamérica. Sin embargo, la presencia de GM no llegó a generar un impacto tan notorio en la configuración de los espacios socioculturales en las ciudades del estado, como sí lo han hecho las empresas japonesas.

Con la llegada a México de las plantas automotrices Mazda, Toyota y Honda, que son 3 de los grandes consorcios y corporativos japoneses de la industria automotriz a nivel mundial, un crecimiento considerable comenzó en varios sectores de Guanajuato, dándose así el incremento del sector de infraestructura en diferentes niveles: aumento del sector de la construcción (viviendas, complejos departamentales, hoteles, plazas comerciales), y aumento del sector de la construcción industrial (parques y naves industriales, ampliación y acondicionamiento de caminos y carreteras para el tránsito de las mercancías). Por otro lado, el crecimiento de la derrama económica que estos corporativos generan con su presencia, se ha reflejado también en la apertura de restaurantes, centros comerciales e incluso de tiendas especializadas en la venta de alimentos y comestibles de origen asiático y particularmente japonés. Como se mencionó en la segunda parte del capítulo II, la tendencia de restaurantes con oferta de comida japonesa aumentó y se volvió cotidiano observar a los comensales japoneses comiendo en algunos de esos lugares en grupo o de manera individual.

Los letreros de negocios y señaléticas en japonés también se convirtieron en parte del paisaje urbano de ciudades como León e Irapuato, además de que se imprimen periódicos y revistas con información local de la región en idioma japonés, mismos que se distribuyen

en los negocios o restaurantes que frecuentan esta población en dichas ciudades. Asimismo, en los canales locales de televisión de Guanajuato¹², se comenzó a emitir programación japonesa como novelas, programas y series animadas y contenido muy propio de aquel país en su idioma original. De igual manera, el sector educativo también se ha visto influenciado por la presencia de estos comensales en la región, pues como se observó, hace un par de años se instaló en Irapuato un instituto japonés de educación primaria y secundaria exclusivo para que los hijos de los japoneses estudien ahí bajo el esquema educativo nipón con profesores japoneses.

Todo lo anterior lleva a confirmar la existencia de los denominados “espacios sociales transnacionales”, como aquellos espacios de representación dinámicos, simbólicos y llenos de significados que se construyeron como tales en el transcurso de tiempo por los actores sociales que en ellos convergen, y no hay mejor ejemplo que lo ocurrido en Guanajuato y sus ciudades con la configuración de esos espacios de representación, cargados de la significación que las empresas japonesas y sus connacionales han generado al llegar a establecerse a vivir ahí durante un tiempo.

Esto quiere decir que en Guanajuato se están generando espacios sociales transnacionales resultado de la industrialización que en las últimas décadas a ocurrido al estado; y aunque se puede pensar que la presencia de las empresas japonesas y de los connacionales que con estas llegan puede ser un fenómeno transitorio, los espacios transnacionales se van a suscitar de manera recurrente y permanente, pues son el resultado de una referencia de aquellas posiciones sociales que determinan la cotidianeidad y el contexto social de la sociedad guanajuatense, que ahora trasciende su contexto de sociedad local a una de orden glocal.

¹² En canales de televisión nacional abierta como Once TV (canal del Politécnico Nacional) y el canal 22, también se presentó una temporada en la que se transmitía bastante contenido de origen japonés en sus programaciones, quizá entre los años anteriores a la pandemia de COVID. En la actualidad se desconoce si este tipo de programación sigue al aire.

Estos elementos mencionados como aspectos visibles de los cambios que han surgido a partir de la llegada de la industria japonesa y que se consideran como elementos claves de los espacios transnacionales, representan ejemplos de la relación que se mantiene entre el estado de Guanajuato y la inversión transnacional japonesa; es decir, como se revisó en el capítulo III concerniente al papel del estado guanajuatense, el hecho de que las ciudades de Guanajuato tengan la apertura necesaria para permitir esos cambios sustanciales que se han presentado en los últimos años, responde a la iniciativa y posterior política interna de inversión extranjera que mantiene el estado. Esto quiere decir que la postura que ha mantenido en las últimas décadas Guanajuato se orienta a mantener una constante apertura de inversión económica y social por parte de las empresas japonesas en su territorio, facilitando de esta manera la generación de espacios físicos que sean de utilidad y servicio para los connacionales japoneses tanto en el ambiente laboral como en el de sus vidas cotidianas.

Lo anterior hace reflexionar respecto a la discusión que se planteó en ese mismo capítulo, donde compartiendo la perspectiva sociológica de Sassen, el estado de Guanajuato funge como un aparato negociador con las empresas japonesas, que además se ve fortalecido a través de las prácticas globales de las inversiones transnacionales, y que contrario a lo que se ha llegado a establecer como una desaparición de los estados debido a la apertura generalizadora de la globalización, la realidad es que los estados se adaptan, se transforman y se adecuan a las formas reguladoras del capital, sus flujos y los mercados mundiales.

El Estado de Guanajuato se ha convertido en un espacio de negociación constante para mantener la inversión japonesa en su territorio, donde a su vez se negociaron otros espacios de inversión socio cultural y económica, con la firme intención de mantener la estancia de los corporativos japoneses en la región del Bajío, resaltando mediante esa apertura de negociación un fuerte atractivo indispensable en la contienda constante con otras ciudades de la región centro-norte (como Querétaro, Aguascalientes y San Luis Potosí) que también buscan posicionarse en la cabeza dentro de la industria automotriz de América Latina.

Sin embargo, además de enfatizar en el papel negociador del estado guanajuatense, es importante destacar también su papel como ente de transformación y adaptación al entorno de los espacios transnacionales que anteriormente se mencionaron; es decir, siguiendo la noción de que el Estado no se debilita o desaparece tras los cambios de la era globalizadora, donde la conexión o interconexión de las relaciones económicas sobrepasa los límites fronterizos entre naciones, el Estado más bien sigue una lógica de transformación y adaptación a la conexión de las redes generadas por una economía que incluye el contacto y la comunicación con otras naciones, y en este caso, en mayor medida se generan conexiones de intercambio con Japón.

En este sentido, un aspecto determinante en las conexiones del Estado transnacional y de forma glocal en los espacios transnacionales tras la llegada de las empresas japonesas, es el intercambio cultural que surge en la relación de los dos grupos culturales que convergen en estos espacios: mexicanos y japoneses. En un principio cuando se planteó el problema de investigación, se pensó en la posible existencia de espacios de socialización donde podrían interactuar de forma directa ambos grupos de interés compartiendo espacios en común, como en los restaurantes, en las plazas o centros comerciales, etc. Sin embargo, al ir avanzando en el trabajo de campo, la realidad se fue orientando a focalizar como punto principal y de referencia a los espacios laborales de las empresas japonesas, como aquellos más representativos de las interacciones entre ambos grupos.

En este sentido, resulta interesante observar cómo se configuran las relaciones laborales entre los mexicanos y los japoneses de acuerdo a sus formas y costumbres culturales, donde a pesar de encontrarse en un ambiente en el que el principal objetivo debería ser el trabajo, el hecho de pertenecer a culturas totalmente diferentes y con casi cero similitudes alcanza a afectar las relaciones de interacción, creando así lo que se conoce como choque cultural, que se entiende como aquellas posibles fricciones que llegan a sufrir y a afectar a las personas cuando se enfrentan a formas de ser, de pensar y de creer que son ajenas a las propias.

Como se abordó en el capítulo IV de la investigación, aspectos propios de la cultura japonesa como la puntualidad, el perfeccionismo en las actividades de trabajo, el respeto entre jerarquías laborales y de edad, las horas y hasta las formas de la comida, el lenguaje corporal y simbólico, entre muchos otros aspectos, son factores determinantes en el comportamiento de los japoneses cuando éstos se enfrentan a las formas culturales de los mexicanos que no ven de la misma manera la puntualidad, las rígidas formas de dirigirse a los superiores (como lo hacen los japoneses), o la actitud más relajada de realizar las actividades laborales de los mexicanos, comparada con el estrés por hacer las cosas de manera más detallada y perfeccionista que poseen los japoneses. Lo anterior son solo algunos ejemplos de aspectos que logran influir en los desencuentros, malentendidos y a veces hasta conflictos que llegan a generarse en las relaciones laborales entre mexicanos y japoneses.

Asimismo, la estructura del sistema laboral de los japoneses es un aspecto de suma importancia para tener en cuenta, ya que como se abordó en este mismo capítulo, está completamente permeado de las formas tradicionales y culturales japonesas, cuestión que hace complejas las relaciones en el entorno laboral. Además de que como se pudo analizar, el mismo sistema laboral representa complejidad al estar conformado por otros subsistemas en sí mismo. Esto evidentemente es un problema que suele desencadenar conflicto entre ambos grupos en determinado momento.

Aunado a las diferentes formas de pensar que influyen directamente en las maneras de comportarse de todos los individuos, se encuentra que uno de los factores que influye directamente en el choque entre ambos grupos, es la desinformación o desconocimiento que tienen los japoneses de los mexicanos y viceversa. A través de las conversaciones con los japoneses (que en este punto conviene destacar casi todos se dedicaban o se relacionaban de alguna manera con actividades laborales del sector automotriz) con los que se realizó trabajo de campo en Guanajuato, se pudo corroborar que la gran mayoría de estos son enviados por sus compañías o empresas a trabajar en México sin tener información suficiente acerca del país a donde van a ir a laborar. Aunado a esto, del lado mexicano

ocurre una situación similar, pues la gran mayoría de empleados que tienen relación o trato cercano con japoneses en su área de trabajo, no conocen mucho acerca de las costumbres más tradicionales japonesas.

Analizando este posible desconocimiento de costumbres y formas de ser de ambos grupos, es entendible que el grupo japonés tienda a segregarse o a mantener espacios exclusivos de convivencia con sus connacionales más cercanos. Sin embargo, es posible encontrar que no siempre sucede así, y que, aunque representa un nivel alto de estrés y cierta frustración para los japoneses el no lograr entender las formas de ser de los mexicanos, se encontró con algunos casos que podríamos definir como “exitosos”, en donde los japoneses logran conciliar con la parte mexicana e incluso hasta establecen lazos de parentesco como el matrimonio con mujeres mexicanas y la formación de una familia.

Ante los posibles conflictos de desconocimiento de culturas que generan choques culturales y que se focalizan o se concentran con mayor intensidad en el ambiente laboral de las empresas japonesas, se propone como una alternativa metodológica conceptual, el uso de la comunicación intercultural, porque ante todo es importante comprender que se trata de conflictos relacionados en esencia con los sistemas culturales intrínsecos en cada grupo. En ese sentido, se piensa que la comunicación intercultural la cual parte teóricamente de un entendimiento empático entre grupos culturalmente diversos, puede ofrecer herramientas metodológicas importantes para generar un mejor canal de diálogo entre mexicanos y japoneses.

En teoría podría deducirse que en los casos que se mencionan como exitosos, donde mexicanos y japoneses han logrado converger hasta el punto de formar familias, se ha fomentado y puesto en práctica la comunicación intercultural, pues posiblemente para que funcionen las relaciones se ha dado una dualidad empática entre los miembros de ambos grupos, con la motivación necesaria para entender las diferencias culturales de cada uno y lograr crear un sistema de comunicación lo suficientemente eficaz para llevarlos a tomar una decisión importante como la que representa el contraer matrimonio con un extranjero.

Y justamente esa es la parte interesante de entender la comunicación intercultural como herramienta, pues a través de esta se puede generar motivación e interés, que son dos de los elementos más importantes para sentir empatía por aquellas formas que son totalmente ajenas a la propia.

Desde la política pública del estado de Guanajuato se maneja un discurso que posiciona una excelente relación de intercambio cultural entre mexicanos y japoneses que radican en sus ciudades, sin embargo, es evidente que los conflictos culturales existen al interior de las empresas, en gran medida por la falta de conocimiento y hasta de motivación por entender las diferencias culturales. La propuesta es simple: se debe atender la parte de la generación empática y comprensión hacia la diversidad cultural, sino se entiende que existen diversas formas de pensamiento y costumbres (de japoneses a mexicanos y viceversa), no será posible crear buenos canales de comunicación, y donde no hay una exitosa comunicación, los conflictos y malentendidos estarán a la orden del día, un elemento que todas las empresas deberían tener en consideración atender.

A grandes rasgos estos son los resultados de la breve investigación aquí expuesta, donde se puede constatar que la presencia de la industria japonesa efectivamente ha generado ciertos impactos de origen sociocultural en las ciudades de Guanajuato, generando ahora espacios transnacionales que generan sus representaciones y significados a través de anuncios, periódicos, revistas en japonés, e incluso en el crecimiento de la infraestructura en vivienda, parques industriales y la adaptación de un Estado centralizado en la política económica de apertura e inversión transnacional.

Asimismo, el impacto de la presencia japonesa también se da en la transformación de espacios que no son perceptibles a simple vista, pero que de hecho son los que representan mayor complejidad al tratarse de factores humanos y de diversidad cultural. El impacto sociocultural impacta entonces de manera directa en las relaciones sociales e intercambios culturales al interior de las empresas japonesas, pues el factor de la cultura japonesa domina la estructura laboral con la que se instalan estas empresas y determina en gran medida la forma de trabajo, lo que desencadena conflictos y choques culturales tanto para los

mexicanos como para los propios japoneses que no terminan por comprender la cultura laboral mexicana.

Sin embargo, a pesar de los desencuentros por las diferencias entre culturas a nivel glocal, consecuencia de las interconexiones globales del sistema económico dominante, la presencia de Japón en Guanajuato persiste y se mantiene como una cultura de influencia en la región. Tanto en el aspecto de la economía como en la transformación de espacios físicos y simbólicos; la cultura japonesa ha generado factores de influencia en las ciudades de Guanajuato, pero si se analiza con detenimiento, los japoneses en México también son sujetos y actores de influencia por parte de la cultura mexicana.

Es entonces cuando a través de un proceso dialéctico la diversidad adquiere mayor sentido, pues es un acto de autoconocimiento y de reconocimiento la capacidad de relacionarse con culturas diferentes, ya que a través de ese proceso los individuos son capaces de encontrar su sentido de identidad y fortalecer aquellos rasgos, formas de pensamiento y costumbres con las que han sido formados a lo largo de su vida. En otras palabras, nuestro sistema cultural y todo lo que implica adquiere mayor sentido e incluso se reafirma, cuando enfrentamos la diferencia o cuando nos encontramos con la otredad de culturas diferentes. Guanajuato ha cambiado en las últimas décadas con la presencia de Japón en su territorio, pero los japoneses también han cambiado, y aunque los conflictos son inminentes al tratarse de dos culturas diferentes, en esencia existe un intercambio de costumbres, de saberes y de perspectivas entre mexicanos y japoneses que ofrece una gran oportunidad de conocimiento y aprendizaje, al tratarse del encuentro entre dos mundos totalmente distintos.

Bibliografía

Bozzano, H. (2012) El territorio usado en Milton Santos y la inteligencia territorial en el GDRI INTI: Iniciativas y perspectivas [en línea]. XI INTI International Conference La Plata, 17 al 20 de octubre 2012, La Plata. Argentina. En Memoria Académica

Contreras, Delgado Camilo (2005). “Pensar el paisaje. Explorando un concepto geográfico”. En Trayectorias, vol. VII, núm. 17, enero-abril, 2005, pp. 57-69.

De la Garza, Toledo Enrique (2006). Restauración productiva, empresas y trabajadores en México.

ENTRENA DURÁN, Francisco; (2010). EFECTOS LOCALES DE MIGRACIONES GLOBALES. Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades, SOCIOTAM, Julio-Diciembre, 15-40.

_____ (2012). Migraciones globales y reterritorialización de los espacios locales: una aproximación tridimensional. Papeles de Población, Abril-Junio, 9-38.

Embajada del Japón en México. Página disponible en: http://www.mx.emb-japan.go.jp/itprtop_es/

E. Marcus, George. (2001). Etnografía en/del sistema mundo. El surgimiento de la etnografía multilocal. Alteridades, julio-diciembre, 111-127.

FELDMAN-BIANCO, B. (2015). Desarrollos de la perspectiva transnacional: migración, ciudad y economía política. Alteridades, 25 (50), 13-26.

García, González Juan y Becerra, Loiza Martha (2015). “Reflexiones sobre los vínculos comerciales de México con Asia Pacífico: el AFAE México Japón”. En: Una década del Acuerdo Para el Fortalecimiento de la Asociación Económica con Japón. Carlos Uscanga (coordinador).

Hirai, S. (2013). Migración y Corporaciones Japonesas en el Noreste de México: Las prácticas sociales y culturales de los migrantes y su salud mental. En L., Chen (Hsiao-Chuan Chen) & A., Saladino García (compiladores). La nueva nao: de Formosa a América Latina. Bicentenario del Nombramiento de Simón Bolívar como Libertador. Taipei: Instituto de Posgrado de las Américas (IPA), Universidad de Tamkang.

Hirosaka, K. (1990). La nueva situación económica japonesa y América Latina y El Caribe. Integración Latinoamericana, enero-febrero.

Industria Automotriz. Monografía. Marzo 2012. Secretaría de Economía del Gobierno Federal de México. <https://worldview.stratfor.com/article/developing-mexicos-bajio-region>

Industria automotriz prevé recuperarse de Covid-19 en 2024, jueves 06 de agosto de 2020 disponible en <https://www.jornada.com.mx/ultimas/economia/2020/08/06/industria-automotriz-preve-recuperarse-de-covid-19-en-2024-8349.html>

Lefebvre, Henri. (2013). La reproducción del espacio.

Mancano Fernandez, Bernardo (2011)- “Territorios, teoría y política”, en Calderón Aragón y Efraín León (Coords.) Descubriendo la espacialidad social desde América Latina, pp. 21-51

Martínez Gómez, Luis Jesús. (2000) Migración transnacional y presencia sociopolítica transmigrante.

Mandujano-Salazar, Yunuen Ysela. (2020). Revisitando el Modelo de la cultura corporativa japonesa y la importancia de su comprensión en América Latina. NovaRUA Revista Universitaria de Administración.

Monnet, Jérôme (1999). Globalización y territorializaciones "areolar" y "reticular": los casos de Los Ángeles y la Ciudad de México. Ponencia presentada en el V Seminario Internacional de la Red Iberoamericana de Investigadores sobre Globalización y Territorio.

Nakasone, T. (2015). Imágenes sobre los japoneses: una visión de los empleados mexicanos en empresas japonesas. México y la Cuenca del Pacífico, (11).

Peniche, Camps Salvador y Mireles, Prado José Carlos (2015). "El diamante mexicano: El Bajío bajo los ojos de los gobiernos del BID y del BM". EN Trayectorias año 17, número 41. Julio-Diciembre 2015.

Plan Estatal de Desarrollo Guanajuato 2040 (2018). Gobierno del Estado de Guanajuato. Disponible en:
https://portalsocial.guanajuato.gob.mx/sites/default/files/documentos/2018_IPLANEG_Plan_estatal_desarrollo_guanajuato_2040.pdf

Pries, Ludger (2017). La transnacionalización del mundo social. Espacios sociales más allá de las sociedades nacionales. El Colegio de México, A.C, COLMEX, México.

Portes, Alejandro. (2009). "Migración y cambio social: algunas reflexiones conceptuales", en Revista Española de Sociología, 12.

Reygadas, Luis (2008). La apropiación. Destejiendo las redes de la desigualdad.

Rodríguez, Roberto (2007). "Un acercamiento al paisaje urbano". En Arquitectura y urbanismo, vol. XXVIII, núm, 3, 2007, pp. 28-31.

Sassen, Saskia (1995). La ciudad global: "Una introducción al concepto y su historia. Brown Journal of World Affairs, vol. 11(2): 27-43.

_____ (1995). "Immigration and Local Labor Markets". En: Portes, Alejandro (ed.), *The Economic Sociology of Immigration*. Nueva York: Russell Sage Foundation.

_____ (1998). *Globalization and its discontents*. Nueva York: The New York Press.

_____ (2006). *La ciudad global: emplazamiento estratégico, nueva frontera*. En los libros de la autora recientemente publicados: *Cities in a World Economy*, tercera edición (Sage/Pine Forge, 2006), y *Territory, Authority, Rights* (Princeton University Press, 2006; de próxima publicación en español por la editorial Katz en 2007), se pueden encontrar documentación empírica y fuentes bibliográficas correspondientes a los diversos asuntos aquí examinados. Disponible en: http://data.over-blog-kiwi.com/1/38/03/91/20150819/ob_4565c7_antologa-a-de-textos-sobre-antropologa.pdf

_____ (2012). *Una Sociología de la globalización*.

Salazar, M. (2008). ESPACIOS TRANSNACIONALES. MIGRACIÓN Y GLOBALIZACIÓN. *Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*, 9 (2), 151-168.

Santos, Milton. (2000) *La naturaleza del espacio. Técnica y tiempo, razón y emoción*.

Tavernelli, Romina Paola. (2011). El enfoque transnacional de las migraciones y el desafío de un análisis integral que tome la percepción de los nativos como parte del proceso. Serie Documentos de Trabajo, Red de Posgrados, CLACSO, Documento no. 12

Téllez Valencia, Carlos (2014). *Construcción de ciudad y tecnocracia. Alcances nacionales de León*. El colegio de Michoacán, A.C, COLMICH, México.

<https://tetakawi.com/locations/guanajuato/>

Villaseñor Rodríguez, F. (2020). Mujeres trabajadoras en Japón: perspectivas institucionales, demográficas y jurídicas de la desigualdad laboral. *Revista Interdisciplinaria de Estudios de Género de El Colegio de México*, 6(), 1-29. <https://doi.org/10.24201/reg.v6i0.405>