

El nodo español en las diásporas de Asia Oriental

Joaquín Beltrán Antolín

Universitat Autònoma de Barcelona

España constituye un territorio de frontera para las diásporas de Asia Oriental en su asentamiento de Europa Occidental. Es decir, hasta hace muy poco tiempo su presencia era bastante marginal en comparación con otros países europeos y sólo recientemente, y especialmente, en el caso chino, el volumen de su población ha aumentado de un modo significativo hasta el punto de que en estos momentos la comunidad china por sí sola representa a la mitad de todos los asiáticos en España (Beltrán, 2006). Pero no siempre fue así. En el pasado, hasta 1981, los japoneses superaban a los chinos y estos últimos no se distanciaron claramente de ellos hasta cinco años después; por su parte, los surcoreanos siempre fueron menos numerosos que los japoneses.

España ha representado tradicionalmente un apéndice para la expansión de las comunidades de Asia Oriental en Europa, y es precisamente este concepto de expansión, asociado al de diversificación de intereses y riesgos junto al establecimiento en un territorio virgen, el que se encuentra detrás de las conexiones de España con Europa, configurando el nodo español de las diásporas de Asia Oriental cuyos miembros todavía mantienen vínculos activos con sus coétnicos o con sus propias empresas en otros países europeos. No obstante, aunque el factor de expansión de sus intereses y negocios ha sido determinante para el impulso del asentamiento inicial, también España ofrecía una serie de peculiaridades que atrajeron a sectores específicos de asiáticos-orientales. Por ejemplo, el archipiélago de las Canarias se convirtió en la sede de la flota pesquera atlántica surcoreana, algo que otros países europeos no podían ofrecer, y como consecuencia allí se encuentra establecida la principal concentración de surcoreanos de España, cuyas vidas giran fundamentalmente en torno a las actividades pesqueras. Otra peculiari-

dad es la calidad del arte español que ha atraído a artistas (pintores, escultores, músicos) que venían a conocer de cerca las obras maestras (Velázquez, Goya) y a estudiar en las facultades de Bellas Artes y en escuelas de música y baile (flamenco), por ejemplo. Es curioso cómo esta atracción es común a chinos, japoneses, coreanos y taiwaneses, y aunque España no es capaz de competir con la meca artística de Francia e Italia que suponen el destino preferente para el mundo artístico oriental, se ha ganado un espacio por sí misma desde la década de los cincuenta (Beltrán y Sáiz 2002, 2003).

El exotismo español vende bien en Asia Oriental. Toros, flamenco y arquitectura singular (Gaudí) estereotipan la imagen del país que ha visto la llegada de turistas procedentes de la zona, japoneses sobre todo, y ahora se pretende lograr una cuota del futuro turismo chino hacia Europa. Este exotismo queda bien reflejado en los parques temáticos culturales dedicados a España que se han construido en Japón y en Corea del Sur, igual que en España hay parques culturales con atracciones chinas. Pero ese es otro tema distinto al que ahora nos ocupa, a saber, la presencia de asiáticos-orientales en España y los vínculos que mantienen con sus diásporas.

Durante mucho tiempo un número significativo de asiáticos llegó a España después de haber estado en algún otro lugar, bien fuera un país europeo o de otro continente, y todavía continúa sucediendo aunque en menor proporción y a pesar de que ahora cada vez son más los que nacen aquí (9.027 chinos, 293 surcoreanos y 177 japoneses y 27 taiwaneses del total de los que poseen permiso de residencia a 31 de marzo de 2006 han nacido en España). Chinos nacidos en Francia, Reino Unido, Italia, los Países Bajos; japoneses nacidos en Europa o en Brasil y Perú; coreanos de Argentina o de Estados Unidos, etc. El hecho de haber nacido en un tercer país supone una conexión diaspórica per se, aunque lo más significativo, sin duda, es el fenómeno de la reemigración (doble, triple, etc.), pues las personas suelen mantener lazos (familiares, de amistad, económicos, etc.) con los lugares donde estuvieron previamente. Incluso, a

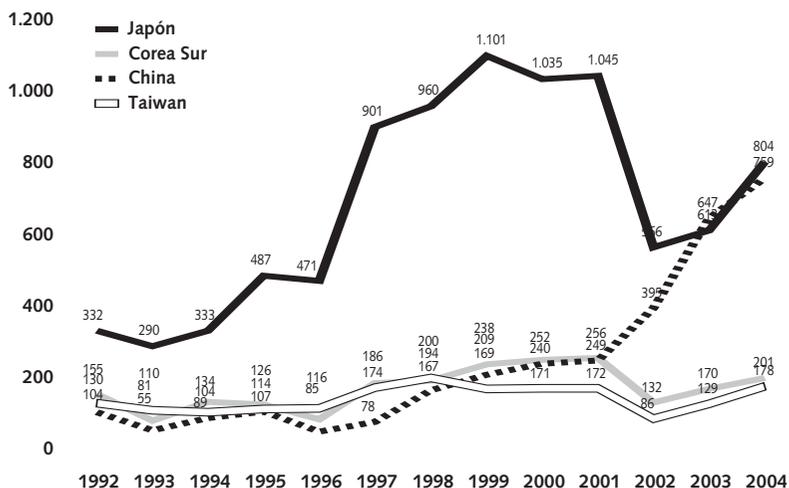
veces, España ha sido un lugar de paso a la espera de acceder a otros destinos preferidos, pero esta circunstancia cada vez es menor (Beltrán, 2004, 2006).

A España llegaron surcoreanos que abandonaban el trabajo en las minas de Alemania una vez cumplido su contrato (véase la contribución a este volumen de Park Hwa-Seo), país que firmó un acuerdo bilateral para facilitar este flujo de mano de obra coreana hacia Europa; otros llegaron expandiendo sus empresas textiles con base en Argentina y en California. La movilidad china resulta paradigmática, abriendo restaurantes en las zonas españolas de atracción del turismo internacional para una clientela extranjera en la primera fase de su expansión, con capital procedente de países del norte de Europa donde ya estaban asentados (véase la contribución de Pieke en este volumen; Beltrán, 2005b). También desde Francia e Italia han llegado más recientemente con actividades empresariales relacionadas con el textil, calzado, venta de comida china e incluso servicios tales como peluquerías.

Otro tipo de movilidad es la que caracteriza a los **cargos ejecutivos de elevado nivel** de las empresas multinacionales (transnacionales) japonesas y surcoreanas que han invertido y se han establecido también en España. En este caso suele tratarse de estancias temporales y rotatorias que forman parte de la carrera profesional de los implicados. La empresa envía y cambia a sus trabajadores de lugar de acuerdo a sus propios intereses y estrategias. Así, es habitual encontrar japoneses que llegan a España después de haber pasado tres años en Alemania y al cumplir su misión española son enviados a cualquier otro lugar del mundo donde la empresa tenga filiales, antes de retornar definitivamente a su país tras el periplo internacional. Alrededor de estos altos ejecutivos se ha establecido toda una serie de servicios para facilitar su estancia en cualquier lugar del mundo que incluye desde servicios de traducción a inmobiliarios, restaurantes, escuelas para sus hijos, que a su vez están gestionados por japoneses, estos sí que asentados de un modo más permanente en España (véase la contribución de Paul White a este volumen; Valls Campá, 1998).

Existe otro segmento de las comunidades de Asia Oriental compuesto por **estudiantes** que en algunos casos pueden llegar a constituir una parte importante del total de su población como en el caso taiwanés y japonés. Japón siempre fue el país asiático con más estudiantes en España con gran diferencia sobre el resto, aunque en el año 2003 fue superado por la rápida ascensión de China. De hecho, los máximos alcanzados por las diferentes comunidades, con la excepción de China, datan de hace unos años y todavía no se han recuperado después de la bajada que experimentaron después de 1998 (Taiwan), 1999 (Japón) o 2001 (Corea del Sur). La explicación se encuentra en los efectos secundarios de la crisis económica asiática de 1997-1998, por un lado, y en la crisis de seguridad que se produjo a escala global tras los sucesos del 11 de septiembre de 2001: de 2001 a 2002 las tarjetas de los estudiantes procedentes de Japón, Corea del Sur y Taiwan en España se recortan casi a la mitad en todos los casos, y aumentan únicamente las de China (Beltrán y Sáiz, 2003, 2005).

Gráfico 1. Tarjeta de estudiantes extranjeros en vigor



España aún no constituye un polo de atracción sugerente para los estudiantes de Asia Oriental que prefieren con una gran diferencia ir a otros países del norte de Europa. En este sentido también es un polo marginal y tardío para las diásporas asiáticas. No obstante, la vinculación entre la salida del país por motivos de estudios y la migración de mano de obra en ocasiones resulta muy estrecha y, de cualquier modo, los estudiantes forman una parte importante de las comunidades de migrantes, los cuales trabajan ocasionalmente en sus negocios o se transforman ellos mismos en empresarios al finalizar o antes de acabar sus estudios.

El nodo español de las diásporas asiáticas se configura como un espacio de frontera para emprendedores que proceden de diferentes lugares. España es un lugar virgen para la expansión de algunas actividades empresariales ya experimentadas en otras localizaciones con éxito. En este sentido, la dinámica y los flujos de población y de su asentamiento varían de acuerdo a cada una de las comunidades.

Con la excepción de China, un fenómeno que ha afectado de un modo desigual a los procedentes de Japón, Corea del Sur y Taiwan es el **repliegue**, la pérdida de efectivos de sus comunidades como consecuencia de la crisis económica asiática de 1997-98. Taiwan es el país más afectado ya que está perdiendo población desde 1997. Japón bajó en 1999 y no recuperó su volumen de 1998 hasta el año 2004. Corea del Sur, aunque muestra una lenta tendencia a la recuperación, todavía no ha alcanzado su población del año 2000.

Con la excepción de la vitalidad de la comunidad china que crece a un ritmo extraordinario, el estado general del resto de las comunidades de Asia Oriental es de pérdida, estancamiento y/o lento crecimiento, siendo el caso más evidente el de Taiwan que ha pasado de 630 residentes en 1996 a 353 en la actualidad.

Tabla 1. Extranjeros con permiso de residencia

	1976	1981	1986	1991	1996	1997	1998	1999
China	541	758	2.455	6.482	10.816	15.754	20.690	24.693
Japón	546	812	1.355	2.601	2.998	3.070	3.613	3.478
Corea Sur				1.506	1.684	1.613	1.639	1.971
Taiwan				542	630	519	612	506
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	31/03/06	
China	28.693	36.143	45.815	56.086	71.881	85.745		91.400
Japón	3.136	3.259	3.428	3.536	3.800	3.851		3.896
Corea Sur	2.129	2.064	1.975	1.991	2.039	2.103		2.084
Taiwan	411	416	392	388	356	347		353

Tabla 2. Nacionalizados españoles

	1980- 1989	1990- 1999	2000	2001	2002	2003	2004	1980- 2004
China	365	1.189	240	263	308	396	318	3.079
Corea Sur	103	238	57	53	67	94	84	696
Japón	35	27	9	10	6	6	s.d.	93

Fuente: Elaboración propia a partir del IEE y Anuario de Migraciones.

Tabla 3. Empadronados en España por país de nacimiento, nacionalidad y sexo. A 1 de enero de 2006

	Total			Española			No española		
	Ambos sexos	Varones	Mujeres	Ambos sexos	Varones	Mujeres	Ambos sexos	Varones	Mujeres
China	99.003	51.825	47.178	9.648	1.617	8.031	89.355	50.208	39.147
Japón	4.936	2.120	2.816	546	253	293	4.390	1.867	2.523
Corea	2.873	1.320	1.553	514	291	223	2.359	1.029	1.330

Fuente: Avance del Padrón a 1 de enero de 2006 (Datos Provisionales). INE

Otro aspecto que hay que tener en cuenta es la **adquisición de la nacionalidad** española; la mayoría de los nacionalizados continúan siendo miembros efectivos de sus comunidades, a menudo ocupan las posiciones de liderazgo por ser las personas que más tiempo llevan residiendo en el país y/o más oportunidades han tenido de ascender en la escala socioeconómica.

ca. La ciudadanía/nacionalidad es un concepto flexible, un factor de pragmatismo y no tan sólo de arraigo.

Las tablas 2 y 3 proceden de fuentes estadísticas diferentes y los datos registrados no son exactamente equivalentes. No obstante, la importancia de las mismas radica en tratar de determinar el volumen del segmento de población que ha nacido en Asia y se ha nacionalizado español. La tabla 2 registra las concesiones de nacionalidad y la tabla 3 contabiliza a los nacidos en Asia que poseen nacionalidad española. La nacionalidad se concede habitualmente tras una residencia de 10 años en España, al casarse con un nacional español o, finalmente, por haber nacido en España y solicitar la adquisición de la nacionalidad; no se trata de un proceso automático. La cifra del padrón sobre las mujeres nacidas en China y nacionalizadas españolas refleja el fenómeno iniciado en 1997 de las adopciones internacionales procedentes de ese país que ya suman más de 6.000 y en su mayoría afecta a niñas. Este segmento de población añade mayor complejidad a la construcción de la etnicidad e identidad asiático-oriental en España, aspecto que no vamos a analizar aquí. Por su parte, tanto Japón como Corea tienen un poco más de 500 personas que han nacido allí y ahora tienen nacionalidad española. La dificultad de estos datos es que no distingue el origen étnico de los nacionalizados, y se mezclan los étnicamente asiáticos con los hijos de expatriados españoles que nacieron en esos países, cuyo volumen es realmente pequeño²¹.

21. Otra de las dificultades del padrón es que a menudo no registra las bajas y/o existen registros repetidos de una misma persona en diferentes lugares. Sería necesario depurar las repeticiones y las bajas, y mientras no se haga de una forma sistemática y co Los datos disponibles sobre este fenómeno sólo están desagregados para los asiáticos de China y Japón en un estudio que registra la totalidad de los nacidos entre 1996 y 2004. Véase, *Boletín Estadístico de Extranjería e Inmigración*, nº 8 (abril 2006).

Tabla 4. Nacidos en España según nacionalidad de la madre y del padre. Total acumulado durante el período 1996-2004

	Total	Nacionalidad padre			Nacionalidad madre		
		Español	Misma nacionalidad	%	Española	Misma nacionalidad	%
China	10.164	525	9.323	91,73	222	9.323	96,25
Japón	641	408	169	26,37	122	169	52,81

Fuente: *Boletín Estadístico de Extranjería e Inmigración*, nº 8 (abril 2006). OPI-MTAS.

En cuanto a los matrimonios mixtos y los hijos nacidos de los mismos, síntoma de mestizaje e hibridación, se puede afirmar que la incidencia es pequeña con respecto al total de nacimientos que se producen de padres-madres chinas, contrastando con el caso japonés²². Durante el período 1996-2004, de 10.164 niños/niñas nacidos de padre o madre chinos, en más del 90% de ambos casos la nacionalidad del cónyuge era también china. De hecho, China posee la tasa más elevada de todas las nacionalidades de acuerdo a estas variables, tan sólo superada por Gambia en el caso de que la nacionalidad del padre sea la misma que la de la madre (92,94%, frente al 91,73% para China). Por el contrario, para el caso japonés tan sólo el 26% de los padres eran japoneses y el 53% de las madres eran japonesas, hecho que indica una elevada tasa de hijos nacidos de matrimonios mixtos, a pesar de lo modesto de las cifras. En este sentido, se puede afirmar que los miembros de la comunidad japonesa son más propensos a mezclarse que los de la comunidad china.

Al tener en cuenta la distribución por sexo y edad de las tres comunidades asiáticas aquí analizadas se observa que mientras que la china posee un mayor número de hombres residentes que de mujeres (sólo el 45% del total de su población son mujeres) para los casos de Taiwan (57%), Japón (56%) y Corea del Sur (53%) las mujeres sobrepasan en número a los hombres. Este dato es muy significativo pues muestra una de las características y peculiaridades de estos países capitalistas avanzados y ricos: Japón es todavía la segunda potencia económica mundial y Corea

del Sur y Taiwan son países de reciente industrialización con unas economías muy potentes y niveles de vida relativamente altos. Muchas mujeres jóvenes con elevado nivel educativo se lanzan a la aventura internacional, y buscan una experiencia que les aleje temporal o permanentemente de una sociedad patriarcal muy ritualizada en cuanto a los roles de género. Es importante señalar que la edad de contraer matrimonio continúa elevándose en estos países. Cada vez la población se casa a una edad más tardía o incluso comienza a optar por no casarse. La “huida” al extranjero constituye una alternativa a la que se recurre progresivamente con más frecuencia (Kelsky, 1999, 2001), especialmente las mujeres de un nivel educativo más elevado. De este modo en España destacan los matrimonios mixtos de mujeres japonesas, taiwanesas y surcoreanas con hombres españoles o de otra nacionalidad, frente al caso chino que todavía no se encuentra de un modo generalizado en la misma tesitura, aunque también el segmento de mayor nivel educativo es el que muestra un mayor número de matrimonios mixtos.

Con respecto a la estructura por edad, la comunidad china se caracteriza por una elevada proporción de jóvenes, equivalente al promedio de la población española (17%), igual que la surcoreana y en contraste con la japonesa que baja al 11%. En este aspecto también quedan reflejadas las distintas expectativas de los padres de acuerdo al estado de sus respectivos regímenes demográficos: Japón se caracteriza por el rápido envejecimiento de la población y por la escasa tasa de fertilidad y de natalidad. A este comportamiento maduro, correspondiente a una transición demográfica superada hace tiempo, se acerca progresivamente Taiwan y Corea del Sur, aunque todavía el número de hijos con los que cuentan supera a Japón. Además, con la excepción de China con una edad media para sus residentes de 29 años, el resto de las comunidades se caracterizan por un promedio de edad de sus residentes relativamente elevado: Corea del Sur (36 años), Japón y Taiwan (ambas con 40 años).

Otra característica común de las comunidades diaspóricas es el interés y los medios que destinan para mantener sus lenguas de origen. Chinos,

japoneses, surcoreanos y taiwaneses han creado **escuelas** para la enseñanza de sus lenguas maternas oficiales y en el caso japonés su escuela incluso imparte el mismo currículum que en Japón (Beltrán y Sáiz, 2002, 2005). Las diásporas se caracterizan tanto por su adaptación más o menos intensa allá donde se establecen como por el mantenimiento de sus lenguas y rasgos culturales básicos. Ese es al menos el interés de la generación mayor, aunque no siempre lo consiguen. En España ya existe una generación compuesta por hijos de migrantes asiáticos que han nacido y se han escolarizado en el sistema educativo español, algunos de ellos analfabetos en su lengua materna, aunque su volumen es todavía pequeño. Los padres están muy preocupados por las carencias de sus hijos en sus lenguas maternas.

Ampliando horizontes: el nodo chino

En estos momentos la comunidad china es la que más crece y la que más dispersa está por toda la geografía del Estado español. Cuantos más son, más dispersos están, a pesar de los fenómenos de visibilización (debido a su considerable volumen) que se acentúan en determinadas concentraciones espaciales de negocios o residenciales. La comunidad china está muy diversificada en cuanto a sus actividades económicas, y ha salido de sus nichos económicos étnicos donde dominan o controlan la propiedad y/o mano de obra de las empresas (restauración, talleres de confección, por ejemplo). Han diversificado sus inversiones hacia otras actividades comerciales: tiendas de ropa, de regalos, de calzado, colmados, fruterías. También han aumentado los negocios de servicios destinados a satisfacer sus necesidades, es decir, para una clientela propia: supermercados de comida china, locutorios, estudios de fotografía, joyerías, cibercafés, asesorías, autoescuelas, etc. Y finalmente se han insertado en sectores del mercado laboral general como en la construcción, industria agroalimentaria, de embalajes, etc. donde los empleadores son españoles y no chinos (Beltrán, 2005b; Sáiz 2005a, 2005b).

La comunidad china en España se diferencia del resto de los países europeos porque la mayoría de sus miembros proceden del distrito de Qingtian, localizado en el sureste de la provincia de Zhejiang, y ha alcanzado una proporción cercana al 70% del total. No obstante, también se encuentra en conexión con Europa como manifiesta la llegada y el asentamiento de nuevos flujos de orígenes muy diversos: Fujian, Shandong, y del noreste de China (Jilin especialmente). Además cuenta con pequeñas comunidades de Shanghai, Beijing, Hong Kong y Guangdong, así como de otros lugares (Henan, Hebei, Anhui, Yunnan, etc.). Un ejemplo de esta diversificación es la llegada de chinocoreanos (chosunjok), es decir, pertenecen a minoría nacional coreana de China y en ocasiones trabajan aquí para empleadores coreanos (véase la contribución a este volumen de Park Hwa-Seo).

España ya se ha convertido en un destino importante para la diáspora china por las oportunidades que ofrece a sus miembros. Si durante un tiempo para algunos chinos España era una tierra de paso antes de alcanzar otros destinos preferidos, ahora ya constituye por sí misma un destino deseable, y no tan sólo para el segmento comunitario hegemónico procedente de Qingtian-Wenzhou. En otros trabajos se ha señalado la importancia para el establecimiento inicial en España dentro del sector de la restauración de los chinos previamente establecidos en países de Europa del norte (Beltrán y Sáiz, 2002; Beltrán 2005a). Estas personas que llegaron en la década de los setenta a menudo ya contaban con la nacionalidad de los países europeos donde residían y desarrollaban sus intereses económicos. Otros, con el paso del tiempo, han acabado adoptando la nacionalidad española, por lo que resulta difícil rastrear su volumen. No obstante, a partir de trabajos de campo cualitativos, se registra una y otra vez las conexiones y vínculos familiares y de amistad transnacionales que todavía perduran y siguen activos entre los miembros de la comunidad china, a menudo manifestados en las propias trayectorias migratorias personales: se tienen parientes o se ha estado trabajando previamente en lugares como Italia, Francia, Países Bajos, Reino Unido, Ale-

mania, Brasil, etc. antes de asentarse en España. A partir de los datos del padrón continuo (1 de enero de 2006) se constata mínimamente este fenómeno de acuerdo a la estadística de chinos empadronados en España y nacidos en Italia (141), Francia (68), Países Bajos (28), Portugal (26), Alemania (21); según otro cruce de variables de la misma fuente estadística de los que tienen nacionalidad china han nacido en el Reino Unido 276, en los Países Bajos 73, en Argentina 43, en Alemania 31, en Estados Unidos 22, en Francia 21, en Portugal 19, en Canadá 16 y en Italia 12.

Lo modesto de las cifras anteriores no debe ocultar el fenómeno aquí analizado, pues como ya se comentó, muchos han acabado adquiriendo la nacionalidad española con el paso del tiempo o poseen de entrada la nacionalidad de sus países de asentamiento antes de llegar y establecerse en España, por lo que se difumina su rastreo estadístico. Las conexiones transnacionales y diaspóricas han sido clave en determinados momentos de la historia del asentamiento chino en España, y todavía continúan operando en muchos casos.

La comunidad china, muy heterogénea en su interior, ha pasado a dominar el paisaje humano asiático en España. Ellos constituyen por sí solos la mitad de todos los asiáticos. La rápida y constante ampliación del volumen de su población ha provocado fenómenos como la salida de sus nichos económicos étnicos tradicionales y su inserción en el mercado laboral general en competencia directa con nacionales y extranjeros de otros orígenes, circunstancia relativamente novedosa en el caso español, pues hace una década todavía se circunscribían básicamente a su trabajo dentro del nicho étnico. El aumento del volumen de su población también ha provocado el fenómeno de concentraciones residenciales en zonas urbanas específicas de las grandes ciudades, especialmente relevante y visible cuando la concentración es de negocios, bien en determinadas calles o en determinados polígonos industriales. Su inserción en el sector de la construcción y de la industria agroalimentaria como obreros sin cualificar también resulta novedoso.

Una comunidad envejecida y la entrada de sangre nueva: los coreanos

La comunidad coreana se encuentra tradicionalmente asentada en las islas Canarias donde tiene la base el centro de la flota pesquera atlántica de su país y la mayoría de sus residentes allí está en relación con esa actividad. Otras importantes localizaciones son las de Madrid y Cataluña, lugares del asentamiento de sus multinacionales con cargos ejecutivos de elevado nivel, de modo similar al caso japonés. A pesar de esta concentración por estos dos factores clave (pesca y multinacionales), existe otro segmento de la población coreana muy disperso y encuadrado en la enseñanza de artes marciales. Son dueños de gimnasios repartidos por toda la geografía española que datan de la década de los setenta.

La crisis asiática de 1997-1998 afectó a la sociedad y economía coreanas, circunstancia que se refleja en la disminución de los efectivos de su población en España. La crisis supone que se sale menos al extranjero o se buscan destinos más rentables para sus intereses. El cierre de filiales de empresas multinacionales coreanas en España que han trasladado su producción o centro de operaciones a otros países de Europa (Oriental), América (México, Argentina, Chile) o Asia (fundamentalmente China), ha supuesto una desinversión y disminución de la presencia de ejecutivos expatriados, circunstancia especialmente notable en zonas como Cataluña.

La comunidad coreana es una comunidad envejecida; las nuevas entradas son escasas y corresponden básicamente a los estudiantes y a las mujeres jóvenes que buscan una experiencia internacional, así como a los chosunjok, o coreanos con nacionalidad china. Es precisamente este grupo el que más está creciendo en los últimos tiempos y el que de algún modo revitaliza al colectivo coreano, aunque una vez más, su relevancia estadística pasa desapercibida pues los datos, cuando existen, registran la nacionalidad (china) y no la etnicidad (coreana). Los chinocoreanos suelen trabajar inicialmente para otros chinos y también están comenzando

a ser empleados por surcoreanos (véase la contribución de Park Hwa-Seo a este volumen), así como son empleados directamente por españoles en fábricas y en el sector de la construcción fundamentalmente.

Junto a este nuevo fenómeno, también es reseñable la importancia de las iglesias cristianas en el caso surcoreano. La fragmentación de esta pequeña comunidad se manifiesta en la proliferación de iglesias cristianas, cada una con sus propios feligreses. La iglesia constituye el centro de articulación social comunitario básico para el nodo de la diáspora coreana en España. Por su parte, las conexiones transnacionales y diaspóricas se manifiestan en una primera fase cuando llegaron coreanos que previamente trabajaron en otros países de Europa (Alemania, Francia, Bélgica), y más recientemente la llegada de coreanos procedentes de América Latina (especialmente Argentina) y de Estados Unidos. A esto hay que añadir los chosunjok, por un lado, y los ejecutivos temporales que rotan en sus destinos internacionales, por otro.

Hacia la feminización de la diáspora japonesa

Finalmente, la comunidad japonesa se suele decir que está dividida en tres partes más o menos equivalentes. La primera compuesta por ejecutivos de empresas transnacionales japonesas concentradas especialmente en Cataluña y Madrid (Valls Campá, 1998); la segunda son los estudiantes, aunque su volumen ha disminuido recientemente; y la tercera es un grupo heterogéneo, que en realidad corresponde al más estable o arraigado, donde se encuentran profesionales (arquitectos, profesores de universidad), artistas, dueños de pequeños negocios de restauración o de servicios para la comunidad japonesa, etc.

Varios segmentos de la comunidad japonesa coinciden con otros tantos de la surcoreana: ejecutivos de elevado nivel en empresas transnacionales; estudiantes; actividades económicas del sector servicios para satisfacer las necesidades comunitarias; propietarios de gimnasios y maestros de artes marciales; llegada de nuevos miembros de la comuni-

dad procedentes de países de América. Esto significa que tienen en común algunas pautas residenciales como la concentración en barrios de clase alta en Madrid y Barcelona (más acusada para el caso japonés), aunque en otras ocasiones difieren como el asentamiento surcoreano en las islas Canarias, especialmente en la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria, donde se ha desarrollado el único barrio con una elevada presencia de negocios y residencia coreanas.

Con respecto a la inversión de capital de grandes empresas transnacionales que ha dado lugar a un asentamiento considerable de asiático-orientales, los primeros que llegaron en la década de los sesenta fueron los japoneses, les siguieron los surcoreanos en los ochenta y ahora está dando los primeros pasos la llegada de capital chino. Unos van sustituyendo a otros aunque los primeros no acaban de desaparecer. En los momentos de máxima inversión, las empresas transnacionales japonesas dieron trabajo de un modo directo o indirecto a 135.000 españoles, aunque ahora se ha reducido a la mitad (70.000 puestos de trabajo todavía dependen del capital japonés).

En el momento del cierre de algunas empresas japonesas y coreanas durante los últimos años han surgido temporalmente sentimientos y opiniones xenófobas de la población general contra ellos. No obstante, el caso más grave de xenofobia con consecuencias violentas se produjo en un polígono industrial de Elche (Alicante) en 2004 y se dirigió contra importadores chinos de calzado con el resultado del incendio de dos almacenes y un camión (Cachón, 2005). La competencia económica de China y los temores que desata recuerdan a una situación semejante que fue cuando Japón parecía que iba a dominar el mundo con sus productos baratos y su capacidad de innovación tecnológica.

El nodo español de la diáspora japonesa se caracteriza por el constante incremento de su feminización: el 56% de los japoneses con permiso de residencia en 2005 eran mujeres, a los que habría que sumar la mayor proporción de estudiantes que son mujeres frente a los hombres (Kelsky, 1999, 2001). También, a partir de los nacidos en España de madre-padre

japonés con parejas de otras nacionalidades se constata que los hijos-as de madres japonesas superan considerablemente a los de los padres de la misma nacionalidad. Si introdujéramos una perspectiva diacrónica se constataría este fenómeno de la creciente feminización de la comunidad japonesa, ya que según pasan los años la proporción de mujeres con respecto a los hombres va en aumento.

Con respecto a las conexiones del nodo de la diáspora japonesa en España con otros lugares de su asentamiento, es reseñable la llegada de nikkeijin latinoamericanos, o personas de origen étnico japonés pero ya nacidas (segunda generación) en el extranjero. Los nikkeijin de Brasil y Perú, igual que retornan a Japón, también emigran a otros lugares y algunos de ellos han elegido España para su asentamiento. Aquí se produce, por lo tanto, el encuentro entre japoneses y nikkeijin latinoamericanos igual que en el propio Japón. En cierto modo, se puede establecer un paralelismo con los surcoreanos y los chosunjok reunidos en España.

Las diásporas de Asia Oriental en España: del exotismo/autenticidad y del hermetismo/internacionalización

Una parte de los miembros de las diásporas de Asia Oriental ha comercializado algunos aspectos de su diferencia cultural para poder sobrevivir y prosperar en un medio ajeno. El ansia de exotismo que se acentúa con el desarrollo de la sociedad de consumo de masas en los países industrializados avanzados, también ha llegado a España, aunque en una fecha relativamente tardía. La entrada de España en la antigua Comunidad Económica Europea (CEE) en 1986 marcó el inicio del rápido despegue y crecimiento acelerado del nivel de vida español con repercusiones en el estilo de vida que afectaron desde la dieta al ocio, entre otras muchas cosas más.

La posibilidad de comer fuera de casa fue en aumento y se convirtió en algo habitual. Bajo estas circunstancias los restaurantes de comida

china ofrecían un menú “exótico” y barato que ha tenido un gran éxito hasta que la expansión de estos negocios ha alcanzado su punto de saturación; desde la segunda mitad de la década de los noventa se encuentran prácticamente presentes en todos los rincones de la geografía española. Esta experiencia exótica culinaria ha demostrado un éxito considerable para quienes la ofrecen y ha sido explotada en todas sus posibilidades.

La comida china de los restaurantes del mismo nombre no es exactamente la misma que consumen los que la sirven. El menú más habitual constituye una especie de menú internacional chino elaborado especialmente para una clientela no china. En él no suelen incluirse los platos típicos de la zona de origen de los propietarios de los restaurantes. Simplemente repiten una fórmula culinaria que ha demostrado su éxito y la adornan de toda una parafernalia exótica: decoración de los locales “estilo chino”, a veces se incluye una indumentaria de los camareros con connotaciones chinas, etc. (Leung, 2002; Pang, 2002; Man-nur, 2005).

La autenticidad constituye un aspecto secundario; no es el más importante. Lo realmente crucial es la adaptación a las exigencias de unos consumidores ávidos de exotismo, dispuestos a pagar por esta experiencia (Lu y Fine, 1995). Además, el hecho de que la mayoría de los restaurantes chinos ofrezcan un menú barato posibilita el acceso a una clientela mayor que incluye a todas las clases sociales, especialmente a las de menos disponibilidad económica que consideran la comida china como una posibilidad barata de comer fuera de casa algo realmente “distinto”. Los jóvenes con pocos recursos económicos son unos de sus mejores clientes.

Frente a la relativa impostura de los restaurantes de comida china que ofrecen un menú chino adaptado, híbrido, que se ha convertido en una marca étnica, los de comida japonesa y coreana desde el primer momento han procurado ser más “auténticos” en el sentido de que su clientela fundamental era coétnica y no la procedente de la sociedad

general. De este modo, el precio del menú coreano y japonés suele ser mucho más caro pues su clientela a menudo posee un elevado nivel adquisitivo (ejecutivos de alto nivel). La comida de estos restaurantes debe ser “auténtica” para que su éxito quede asegurado. La experimentación, el hibridismo, la adaptación a un imaginado gusto “exótico” carece de sentido en este ámbito, pues lo que desean los comensales es degustar la comida habitual a la que están acostumbrados. En la medida en que su clientela es coétnica, no se vende “exotismo” con el menú, sino que se tiende a reproducir lo más parecido a la “autenticidad”.

No obstante, cada vez es mayor el número de clientes no coétnicos que también degustan su cocina, y se produce una selección por clase social, ya que sólo los que disponen de un nivel adquisitivo alto pueden habitualmente comer en ellos. Ante este clasismo se ha producido un fenómeno que ha revolucionado la oferta culinaria japonesa. Los chinos se han introducido en la restauración de comida japonesa ofreciendo, como es su especialidad, un menú barato, al alcance de la mayoría de la población. De este modo, han dado salida a sus inversiones en el ámbito de la restauración, una actividad económica en la que tienen experiencia y que había alcanzado el punto de saturación comercial en su oferta de comida china. Ahora el sector de nuevos restaurantes de comida japonesa de menú asequible está en expansión y disponible para todos gracias a la “impostura” china, que una vez más se ha adaptado a las circunstancias: ante la escasez de la oferta culinaria japonesa, especialmente de menús económicos, han aprovechado la ocasión y han ocupado ese hueco no explotado hasta el momento. No obstante, también hay restaurantes de comida japonesa económicos cuyos dueños son japoneses, pero su número es ínfimo en comparación con los restaurantes de comida japonesa gestionados por chinos.

Otro aspecto de comercialización del exotismo es el relacionado con las artes marciales. En este caso las comunidades dominantes son la surcoreana y la japonesa, aunque también encontramos, en menor número, a maestros y propietarios de gimnasios procedentes de China.

Las artes marciales de Asia Oriental han desarrollado una clientela considerable: judo, karate, jiu-jitsu, taekwondo, taijiquan, etc. que comenzó en la década de los setenta con la llegada de los primeros maestros. La evolución en España ha sido tan espectacular que el país se ha convertido en una potencia deportiva de primera fila en judo y otras artes marciales. Actualmente la mayoría de los gimnasios y escuelas están dirigidos por maestros españoles, pero en la genealogía de su enseñanza siempre aparece algún maestro oriental.

Retomando el hilo de las experiencias exóticas para el consumo, nos encontramos con el mundo de la salud; existe una gran oferta de especialistas en prácticas médicas y terapéuticas procedentes de Asia Oriental, siendo la más difundida la medicina china y, en concreto, la acupuntura. A primera vista parece que son los chinos los únicos acupuntores y médicos orientales, pero es reseñable la presencia de japoneses y coreanos en esta actividad. La acupuntura, igual que las artes marciales, está pasando a convertirse en patrimonio propio, pues cada vez son más los españoles que han estudiado y ejercen como practicantes de esta terapia. Los profesionales asiático-orientales dedicados a la salud constituyen un segmento selecto de sus comunidades y su clientela es tanto coétnica como española o de otros orígenes extranjeros.

Finalmente, comentar que también en el mundo de los medios de comunicación de masas, especialmente en el audiovisual, se juega a menudo con el exotismo/autenticidad. Con el paso del tiempo se observa el incremento de rodajes y emisión de películas y teleseries donde aparecen personajes orientales. Los productores y directores aprovechan la falta de sensibilidad local para distinguir la etnicidad por el aspecto físico. De este modo es habitual que el papel de chinos lo desempeñen coreanos (véase la película *Tapas*, por ejemplo), o vietnamitas (película *La fuente amarilla*), o al revés. También hay programas de televisión con presentadores orientales, por ejemplo japoneses dedicados a la cocina, o mujeres jóvenes orientales en programas presentados por mujeres. El exotismo vuelve a aparecer y se manipula para su venta.

La marca de lo exótico procedente de Asia Oriental se ha comercializado, y ha proporcionado el medio de vida para un número significativo de personas. En ocasiones se trata de “imposturas” inocentes y estratégicas, de falta de “autenticidad”, aunque en el fondo ésta constituye una ilusión, pues la pureza, lo impoluto, la ausencia de mezcla, las esencias eternas, en definitiva, son construcciones interesadas carentes de una base real.

Otra característica de las comunidades de Asia Oriental es la imagen que la sociedad de acogida posee de ellos, la cual contrasta con otros aspectos de los que no se tiene conocimiento. Por ejemplo, la cerrazón, el hermetismo, la falta de interés por la integración, son reproches habituales que se hacen a los procedentes de Asia Oriental. En parte es cierto y especialmente cuando nos referimos al segmento de los ejecutivos de elevado nivel (japoneses y surcoreanos) dado que su estancia es temporal y están rotando continuamente por diversos destinos. La mayor segregación se produce en los segmentos de estas comunidades, ya que viven en un mundo cerrado en sí mismo, de clase alta, sin conocer las lenguas nativas, donde se reproduce lo más posible el estilo de vida propio, creando comunidades aisladas, guetos cerrados con contactos mínimos con la sociedad huésped (véase a contribución de Paul White a este volumen). También en el caso de la primera generación china se constata algunas de estas características como la dificultad para expresarse en las lenguas oficiales del país después de muchos años de residencia en el mismo, lo cual no supone necesariamente ni su falta de éxito económico, ni la ausencia de movilidad social ascendente. Los nichos económicos chinos proporcionan vías de éxito dentro de la propia comunidad lo que puede reducir el contacto con el resto de la población al mínimo (Beltrán, 2005b).

No obstante, esta imagen generalizada y estereotipada no hace justicia a la realidad experimentada por todos los miembros y los diferentes segmentos de cada una de las comunidades asiáticas aquí analizadas. La heterogeneidad interna de cada comunidad hace que

nos encontremos con personas que apuestan decididamente por el aprendizaje y dominio de las lenguas locales, por insertarse en el mercado laboral general, por compartir su ocio con los nativos, etc. Los casos más extremos de adaptación lo constituyen los matrimonios mixtos, pero también es un síntoma de la misma la escolarización de sus hijos en el sistema educativo español de un modo normalizado como hacen los chinos y surcoreanos. Se apuesta por los hijos para que realicen lo que a los padres les ha resultado más difícil: el aprendizaje de las lenguas y el conocimiento de todos los valores y normas de comportamiento de la sociedad general (Beltrán y Sáiz, 2005).

También es reseñable que una parte muy importante de las empresas de los residentes de origen chino se encuentran en el sector servicios, es decir, son de servicio (restaurantes, tiendas) y su clientela es fundamentalmente local lo que significa que están en contacto cotidiano e interacción continua con los miembros de la sociedad general, aunque sea en el estrecho ámbito de las relaciones comerciales. Es necesario ser abierto para mantener una clientela, pues en caso contrario cualquier negocio de servicios se resentirá y fracasará (Sáiz, 2005b).

Frente a este supuesto hermetismo y cerrazón, finalmente, y volviendo a las características diaspóricas de los asiático-orientales establecidos en España, es importante llamar la atención sobre las repercusiones que tiene su presencia en la internacionalización de la economía, sociedad y cultura españolas. Por un lado, nos encontramos con inversiones de capital de personas procedentes del extranjero (japoneses, surcoreanos y chinos); sus empresas pagan impuestos, crean puestos de trabajo y generan riqueza que contribuyen al aumento del PIB. Por otro, en la medida en que una parte de ellos se dedica al comercio internacional, están contribuyendo a la internacionalización de nuestra economía pues dinamizan la exportación e importación, así como invierten directamente o son puentes para la inversión en el extranjero. Finalmente, España se convierte en un lugar conocido y de referencia, en un lugar para visitar para muchas personas de

Asia Oriental. El turismo japonés forma parte ya de nuestra industria turística desde hace años, pero el coreano y, especialmente, el chino está en constante aumento (Light, 2005; Spaan et al., 2005; Beltrán, 2005a, 2006; Beltrán y Sáiz, 2005; Sáiz, 2005a, 2005b).

Si por un lado existe la imagen de hermetismo, por otro nos encontramos con una realidad de apertura, de contacto, de vínculos y expansión de intereses internacionales fomentados y promovidos por la mera presencia de los asiático-orientales en España. La trayectoria migratoria de muchos chinos, japoneses y surcoreanos nos lleva a múltiples países donde han estado presentes y donde todavía cuentan con parientes y amigos con quienes están en contacto, además de con el retorno periódico a sus lugares de origen por motivos de ocio, negocio, salud, educación, etc. En la actual fase de la globalización, el mundo se ha hecho más pequeño y los contactos más habituales, los viajes más frecuentes y las comunicaciones más fáciles y baratas (Beltrán, 2006).

Para promover la internacionalización y el turismo, los viajes y los contactos, se ha producido un nuevo desarrollo empresarial, un sector de actividad económico emergente en las distintas comunidades procedentes de Asia Oriental en España: nos referimos al establecimiento de agencias de viaje y de hoteles o casas de huéspedes gestionadas por y destinadas a alojar asiáticos. Las agencias de viaje propiedad de chinos, taiwaneses, japoneses y coreanos se encuentran en plena expansión (Leung, 2005); ellos se encargan de satisfacer las necesidades de una clientela coétnica ofreciendo servicios en su propia lengua: compra de billetes, guías turísticos, alojamiento, comida de acuerdo a las preferencias de su dieta incluyendo también la “exótica” experiencia de degustar platos locales, etc. El auge de estas agencias simboliza el aumento de la intensidad de la internacionalización que también va acompañada por la creación de asociaciones mixtas hispanoorientales cuyo objetivo primordial son las inversiones económicas mutuas, además de promocionar aspectos culturales.

Referencias bibliográficas

- BELTRÁN ANTOLÍN, Joaquín. "Transnacionalismo y diásporas asiáticas". En: S. Golden, ed., *Multilateralismo versus unilateralismo en Asia: el peso internacional de los 'valores asiáticos'*. Barcelona: Fundació CIDOB, 2004. P. 221-244.
- BELTRÁN ANTOLÍN, Joaquín. "Las comunidades asiáticas en España: una visión panorámica". *Afers internacionals*, No 68 (2005a). P. 33-52.
- BELTRÁN ANTOLÍN, Joaquín. "The seeds of Chinatown. Chinese entrepreneurship in Spain". En: E. Spaan, F. Hillmann y T. Van Naersen, (eds.). *Asian migrants on the European labour markets*. Londres: Routledge, 2005b. P. 285-308.
- BELTRÁN ANTOLÍN, Joaquín. "Movilidad transnacional en un territorio de frontera. Comunidades asiáticas en España". En: F. Checa, ed. *Globalización y movimientos transnacionales*. Icaria, Barcelona, 2006.
- BELTRÁN ANTOLÍN, Joaquín y SÁIZ LÓPEZ, Amelia. *Comunidades asiáticas en España*. Barcelona: Documentos CIDOB-Asia, 3, 2002.
- BELTRÁN ANTOLÍN, Joaquín y SÁIZ LÓPEZ, Amelia. *Estudiantes asiáticos en Cataluña. La internacionalización de la educación superior*. Barcelona: Documentos CIDOB-Asia, 4, 2003.
- BELTRÁN ANTOLÍN, Joaquín y SÁIZ LÓPEZ, Amelia. "La inserción social y económica de las comunidades asiáticas en España". *Anuario Asia-Pacífico 2004*. Barcelona: Casa Asia, Fundació Cidob, Real Instituto Elcano, 2005. P. 361-370.
- KELSKY, Karen. "Gender, modernity, and eroticized internationalism in Japan". *Cultural Anthropology*. Vol.14, No 2 (1999). P. 229-255.
- KELSKY, Karen. *Women on the verge. Japanese women, Western dreams*. Durham: Duke University Press, 2001.
- LEUNG, Maggi W.H. "From four-course Peking duck to take-away Singapore rice. An inquiry into the dynamics of the ethnic Chinese catering business in Germany". *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*. Vol. 8, No 1-2 (2002). P.134-147.

- LEUNG, Maggi W.H. "Keeping compatriots on the move: A study of ethnic Chinese migrant-owned travel agencies in Germany". *Asian and Pacific Migration Journal*. Vol. 14, No 1-2 (2005). P.193-224.
- LIGHT, Ivan. "Empresarios inmigrantes de Asia en la era de la globalización". *Anuario Asia Pacífico 2004*. Barcelona: Casa Asia, Fundación CIDOB, Real Instituto Elcano, 2005. P. 371-382.
- LU Shun y FINE, Gary Alan, "The presentation of ethnic authenticity: Chinese food as a social accomplishment". *The Sociological Quarterly*. Vol 36, No 3 (1995). P. 535-553.
- MANNUR, Anita. "'Peeking ducks' and 'food pornographers': Commodifying culinary Chinese Americanness". En: Tseen Khoo y Kam Louie, (eds.). *Culture, identity, commodity. Diasporic Chinese literatures in English*. Hong Kong: Hong Kong University Press, 2005. P. 19-38.
- PANG Ching Lin. "Business opportunity or food pornography? Chinese restaurants ventures in Antwerp". *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*. Vol. 8, No 1-2 (2002). P.148-161.
- SÁIZ LÓPEZ, Amelia. "La migración china en España: Características generales". *Afers Internacionals*, No 68 (2005a). P.151-163.
- SÁIZ LÓPEZ, Amelia. "Mujeres empresarias chinas en un contexto migratorio. Adaptación y continuidad". En: F. Checa, (ed.). *Mujeres en el camino. El fenómeno de la migración femenina en España*. Barcelona: Icaria, 2005b. P. 55-83.
- SPAAN, Ernst; HILLMANN, Felicitas; VAN NAERSEN, Ton, eds. *Asian migrants on the European labour markets*. Londres: Routledge, 2005.
- VALLS CAMPÀ, L. "La presencia humana de Japón en España". *Papers*, No 54 (1998). P. 157-167.