

IKUMEN, LOS RECIENTES DISCURSOS SOBRE LA PATERNIDAD ACTIVA EN JAPÓN

Ikumen, the recent discourses about
active fatherhood in Japan

Yunuen Ysela Mandujano-Salazar¹

Fecha de recepción: 18 de febrero de 2016
Fecha de aceptación: 19 de septiembre de 2016

1- Nacionalidad: Mexicana. Grado: Doctora en Ciencias Sociales. Especialización: Estudios de género, Estudios japoneses, Estudios de medios, Estudios culturales. Adscripción: Universidad de Guadalajara. Correo: yunueny@yahoo.com



Resumen

El presente artículo discute el fenómeno de los ikumen – padres activos en la crianza y cuidado de sus hijos pequeños – en el Japón contemporáneo. Considerando el contexto discursivo, económico y demográfico en el cual surgió el fenómeno, se debaten los modelos hegemónicos de género, los cambios en la forma de asumirlos por parte de los jóvenes y las representaciones mediáticas alrededor de ellos, centrando la atención en los varones. Al hacerlo, se pretende visibilizar las presiones sociales a las que se enfrentan los hombres japoneses, principalmente aquellos que son o desean ser padres y aspiran a ser más que proveedores en la vida de sus hijos.

Palabras clave: paternidad, masculinidad, Japón, discursos hegemónicos, políticas públicas.

Abstract

This article discusses the phenomenon of the ikumen – fathers who participate actively in childrearing – in contemporary Japan. Considering the discursive, economic and demographic contexts in which it appeared and focusing the attention on men, the paper debates the hegemonic gender role models, the changes in the way young generations play them and how media represents them. In this way, it is intended to make visible the social pressures put on Japanese men that are or want to be fathers and who aim to be more than providers in their children's lives.

Keywords: fatherhood, masculinity, Japan, hegemonic discourses, public policies.

Introducción

« Los hombres que crían a sus hijos cambian a la familia y mueven a la sociedad»², se lee en el encabezado de la página web *Ikumen Project*,³ parte de una campaña gubernamental puesta en marcha en el año 2010 en Japón, la cual intenta promover la idea de que el mayor involucramiento de los padres en la crianza de sus hijos pequeños impulsará el bienestar emocional y la prosperidad económica de las familias y la nación.

El término *ikumen* fue acuñado en el año 2006 por la organización no lucrativa japonesa Ikumen Club para referirse a los padres que participan activamente en la crianza y cuidado de sus hijos (Ikumen Club, 2007b). Siguiendo una práctica común en aquel país, la palabra surgió de mezclar vocablos japoneses con palabras de origen extranjero; en este caso, *iku*, que significa criar y educar, con el vocablo inglés *men* para referirse a los varones. Rápidamente, *ikumen* se ha convertido en parte del vocabulario cotidiano en Japón debido, principalmente, a su adopción por parte de los medios de comunicación y del gobierno de aquel país.

Aunque los hombres que se autodefinen como *ikumen* constituyen una escasa minoría, los discursos alrededor de ellos han adquirido fuerza en el contexto de una economía y una situación demográfica en crisis. Sin embargo, dichos discursos son encontrados, pues los *ikumen* se alejan demasiado del modelo de paternidad – y masculinidad – dominante. Mientras el gobierno ha estado promoviendo la idea de que ser *ikumen* es aceptable como parte de la masculinidad hegemónica, las representaciones de éstos en los contenidos mediáticos *mainstream* han sido más ambiguas, contrarrestando el efecto de la campaña gubernamental.

El objetivo del presente artículo es visibilizar el fenómeno de los *ikumen* y los discursos de género, masculinidad y paternidad que han puesto de manifiesto en el Japón contemporáneo. Desde los estudios culturales, por medio de un análisis documental de fuentes oficiales y de un análisis textual interpretativo de una extensa muestra de contenidos mediáticos producidos y distribuidos dentro de Japón entre los años 2010 y 2015, se toma en cuenta el contexto económico y demográfico en el cual ha surgido este fenómeno, a fin de identificar y debatir las presiones sociales a las que se enfrentan los jóvenes, principalmente los varones, que son o desean ser padres, pero no pueden o no desean restringir su papel al de proveedores. Se comienza presentando los modelos hegemónicos de género vigentes y el contexto de su surgimiento en la época de la posguerra, para luego, a través de los resultados del análisis documental y textual, debatir los cambios en las formas de asumirlos por parte de los jóvenes en décadas recientes y cómo ello sembró la semilla del fenómeno *ikumen*.

1. Los modelos hegemónicos de género del Japón industrializado y el lugar de la paternidad en ellos

En el año 1945, Japón era un país devastado en todos los sentidos; luego de verse forzado a rendirse en la Guerra del Pacífico, la infraestructura del país y el espíritu de los japoneses estaban destrozados. Sin embargo, para la década de 1960, Japón se había convertido en una de las naciones más industrializadas.

2- Todas las traducciones del japonés e inglés al español son de la autora.

3- <http://ikumen-project.jp/index.html>. (28 de enero de 2016).

zadas y avanzadas en ciertos indicadores de calidad de vida, como el acceso a la educación, la baja tasa de desempleo y la larga expectativa de vida de sus ciudadanos. Esto generó el interés de la academia internacional por descifrar el secreto detrás de la “milagrosa” recuperación japonesa. Varios analistas japoneses y extranjeros comenzaron a adjudicar este éxito a ciertas características socioculturales que provenían de la época feudal y que seguían pautas del neo-confucianismo, el cual había configurado a Japón en una sociedad patriarcal y rígidamente jerárquica desde el siglo XVII (Geertz, 1988; Lebra, 2004; Nakane, 1973; Reischauer, 1978; Vogel, 1979).

Para inicios de la década de 1970, en medio del auge económico, esas características de la sociedad japonesa fueron convertidas en un discurso hegemónico de identidad nacional y de género promovido por el mismo gobierno. Éste definía a los japoneses como poseedores de ciertos valores generales como la orientación al grupo, un elevado sentido del honor y la vergüenza, la obediencia a las reglas y sumisión a la autoridad, la piedad filial y la lealtad a la nación, y otros específicos para los varones y para las mujeres, de acuerdo a los papeles que se esperaba que cada género cumpliera en la sociedad (Befu, 2001; Iida, 2002; Lebra, 2007). Estos valores se suponen perpetuados y protegidos por el *seken*, noción nativa japonesa para referirse a la sociedad en un sentido que incluye tanto a la comunidad como a la visión del mundo que marca las actitudes y acciones aceptables y deseables; en otras palabras, “la a veces invisible y, sin embargo, siempre presente y crítica comunidad que constituye la audiencia y juez social que envuelve al individuo” (Lebra, 2004: 64).

En este discurso, los papeles de género promovidos activamente por las élites económicas y políticas entre las décadas de 1960 y 1980 se centraban en dos figuras que personificaban los valores tradicionales paternalistas de una clase media en el contexto de auge económico: el *salaryman* y la *sengyō shufu*. Estos arquetipos de masculinidad y femineidad estaban estrechamente relacionados al matrimonio heterosexual y la reproducción como elementos esenciales de la función de los japoneses adultos como ciudadanos.

Herederos del samurái de la época feudal y del soldado de la época de las guerras, el *salaryman* – empleado asalariado – se convirtió en el arquetipo de la masculinidad hegemónica del Japón industrializado, representando al varón activo y dominante de la esfera pública, el ideal al que los hombres debían aspirar a convertirse y las mujeres a tener por esposo. Un *salaryman* era un hombre que, una vez terminados sus estudios universitarios, se incorporaba a alguna empresa o a la burocracia con un contrato permanente de tiempo completo, el cual le significaba una seguridad financiera y lo convertía en buen partido dentro del “mercado de matrimonios” (Kitamura, 2008; Lebra, 2007; Vogel, 1971). Esto era relevante, pues casarse y tener hijos eran características deseables de los *salaryman* para avanzar en la jerarquía organizacional, bajo la lógica de que un hombre que tuviera que mantener a una familia tendría más motivos para entregarse a su trabajo y, por tanto, sería más leal a los objetivos de su empresa.

Es decir, en el varón, la educación estaba ligada directamente a un trabajo e ingresos estables y éstos, a su vez, a la posibilidad de convertirse en cabeza de familia y tener mejores oportunidades laborales. Así, un hombre con empleo permanente, esposa e hijos cumplía como ciudadano con las expectativas del *seken* y su aporte a la nación se medía en cuanto a su entrega al trabajo, participando activamente en el fortalecimiento de la economía.

Las características de personalidad deseables en el hombre de acuerdo al discurso hegemónico de masculinidad dependían del contexto en el que el varón se encontrara: debía ser competitivo, líder y creativo, pero

paciente y conciliador, en contextos de superioridad jerárquica; sumiso y modesto ante figuras de autoridad; y, colaborador y respetuoso entre pares (Doi, 1981; 1988; Lebra, 2007; Sugihara & Katsurada, 2000).

Por su parte, la mujer japonesa se esperaba que fuera siempre sumisa, de maneras delicadas y capaz de predecir las necesidades de la gente a su alrededor y responder a ellas. Todas ellas características esenciales para cumplir adecuadamente con los papeles sociales esperados de la mujer adulta: esposa y madre (Iida, 2004; Lebra, 2007; Sugihara & Katsurada, 2000).

Y es que, sin importar que la gran mayoría de las mujeres terminaran la educación media superior y, poco a poco, un mayor número ingresara a las universidades, el discurso hegemónico de esta época mantuvo que el principal papel de la mujer era criar, cuidar y educar a la siguiente generación de japoneses, así como apoyar a los varones realizando labores secundarias para que ellos pudieran concentrarse en las actividades directamente productivas (Morley, 1999). Esto se observaba también en las estadísticas que marcaban que incluso las mujeres inscritas en programas de educación superior estudiaban carreras que cultivaban cualidades tradicionalmente consideradas como femeninas – arte, educación, enfermería y administración del hogar (Ministry of Education, Culture, Sports, Science and Technology-Japan, 1975). En otras palabras, la soltería y la educación de la mujer japonesa se consideraban como etapas de preparación para la adultez, la cual estaba marcada por el matrimonio y la maternidad (Rosenberger, 2007).

El peso de este estereotipo se reflejó en las tendencias de participación laboral femenina, las cuales mostraban una marcada forma de M: una participación máxima de las mujeres entre veinte y veinticinco años de edad, una progresiva caída entre aquellas de veintiséis a treinta y cinco – cuando la gran mayoría se casaba y tenía hijos – y una leve recuperación entre las mujeres de treinta y seis a cincuenta años – cuando los hijos asistían a la escuela y algunas obtenían trabajos de tiempo parcial (The Japan Institute for Labour Policy and Training, 2004). Estas tendencias eran promovidas por las políticas de contratación de las empresas y la burocracia, pues mientras a los varones se les daban contratos permanentes, a las mujeres se les contrataba por periodos cortos y con un sueldo menor para realizar actividades de apoyo, nunca de demasiada responsabilidad y siempre labores “femeninas” (Buckley, 1993; Upham, 1993). El discurso dominante para explicar tal situación sostenía que las mujeres solteras trabajaban sólo mientras encontraban marido y, una vez casadas, se retirarían para convertirse en madres y amas de casa de tiempo completo o *senryō shufu*, por lo cual no se podía esperar que se entregaran a la empresa de la misma forma que los varones y tampoco se les podía ofrecer contratos permanentes.

Por tanto, en las expectativas sociales hacia la mujer estaba explícito el ser buena esposa, pero sobre todo buena madre, lo cual implicaba ser *senryō shufu*, mientras que, en el caso del varón, la paternidad estaba sólo implícita en las expectativas de género. Se esperaba que el hombre fuera cabeza de familia, participando así en la reproducción de la sociedad, pero la cultura laboral requería de su contribución en largas jornadas de trabajo y posterior socialización entre pares y con superiores, por lo cual, el tiempo disponible para la convivencia con su familia era prácticamente nulo (Nakane, 1973; Vogel, 1971). Debido a esto, su función como padre y esposo la cumplía con ser proveedor; no se esperaba que estuviera presente en las comidas con su familia, ni que ayudara en las labores de la casa o en la crianza de los hijos. En otras palabras, la creación de lazos afectivos del padre con los hijos no formaba parte de las expectativas sociales hacia los varones de esta época.

Estos modelos hegemónicos de género reflejaban los valores paternalistas tradicionales, pero llevados al extremo debido al auge económico que permitía que un hogar de clase media fuera mantenido con un solo sueldo. No obstante, aunque económicamente el *salaryman* y la *senkyō shufu* eran modelos sostenibles, ponían demasiada presión en ambos sexos. El *seken* esperaba que la mujer se entregara por completo a la educación de sus hijos, inculcándoles los mismos valores que se decía habían llevado a Japón al éxito, renunciando por completo a sus ideales profesionales y gustos personales; asimismo, esperaba que el hombre sacrificara todo su tiempo, individualidad e, incluso, salud a favor de los objetivos colectivos de la empresa u organización en la que trabajara.

No sólo eso, ya que el ideal de la época era el hogar de clase media constituido por un varón dedicado al trabajo y una mujer dedicada al hogar y a los hijos, la presión era mayor para los hombres que no eran *salaryman*. Éstos difícilmente podían sostener un hogar ellos solos, pero si sus esposas trabajaban tiempo parcial, el *seken* los percibiría como “menos hombres”. Por ello, a fin de evitar tal humillación, incluso los varones que no eran *salaryman* trabajaban múltiples turnos o conseguían diversos trabajos para, en la medida de lo posible, ser ellos los proveedores de su casa; en consecuencia, tampoco tenían tiempo para dedicar a su familia.

Las expectativas de género marcadas por los arquetipos del *salaryman* y la *senkyō shufu* se volverían cada vez más difíciles de cumplir a partir de la década de 1990, cuando Japón entró en una crisis económica que puso de manifiesto otras circunstancias poco alentadoras, dando origen a cambios en la forma en que los japoneses asumían los papeles de género.

2. Crisis y nuevas tendencias en la forma de asumir los papeles de género

Japón comenzó la década de 1990 con una fuerte caída en la bolsa de valores y una crisis del mercado inmobiliario, las cuales llevarían a la economía a una larga recesión. Pronto, el gobierno se dio cuenta que una de las razones por las cuales las políticas públicas para recuperar la economía no estaban funcionando era el cambio en las tendencias demográficas, el cual estaba ligado, a su vez y entre otras cosas, a cambios en la actitud de las nuevas generaciones hacia los discursos hegemónicos de género.

En este sentido, los principales problemas a los que se ha estado enfrentando Japón en las últimas décadas son el rápido envejecimiento de su población y la dramática caída de la tasa de fecundidad, la cual se ha mantenido por debajo del nivel de reemplazo desde mediados de 1970 (National Institute of Population and Social Security Research, 2012). Siendo cada vez más los japoneses que se retiran y menos los que se incorporan a la fuerza laboral, las posibilidades de recuperar una economía sana y fuerte son pocas. Debido a esto, y siendo una nación históricamente renuente a recibir inmigrantes, el gobierno japonés comenzó a establecer políticas destinadas específicamente a promover la reproducción de la población japonesa, alentando a las parejas a tener más hijos.

Entre las décadas de 1990 y 2000, múltiples medidas fueron introduciéndose para tales efectos: subsidios directos – progresivamente mayores – por cada hijo nacido; mayor número de guarderías públicas y mayores facilidades ofrecidas en ellas; y, permisos parcialmente pagados – gradualmente de mayor duración y con mayor proporción de pago – para las madres o padres que tuvieran que cuidar a sus hijos (Frejka, et al., 2010; Ministry of Health, Labour and Welfare, 2010a).

Sin embargo, la tasa de fecundidad y la tasa de crecimiento poblacional siguieron en declive. Los censos de población y las encuestas de fertilidad realizadas por el gobierno japonés estaban pintado un oscuro escenario para el futuro del país, dejando de manifiesto una tendencia hacia el retraso en el matrimonio por parte de las generaciones jóvenes, así como una creciente permanencia en la soltería (National Institute of Population and Social Security Research, 2000; 2008; 2012; Takahashi, et al., 2003). A diferencia de lo que sucede en países industrializados en Occidente, en donde el incremento en la cifra de personas solteras típicamente ha ido de la mano con un aumento en el número de parejas que cohabitan sin estar casados y en el incremento en los nacimientos fuera del matrimonio, en Japón, la gran mayoría de los solteros viven solos o con sus padres y los nacimientos fuera del matrimonio se han mantenido en un mínimo – alrededor del 1 por ciento del total – implicando una creciente soltería efectiva (Fukuda, 2013; Ishida, 2013; Jones, 2007; Kaa, 2003).

Ante esta situación, los grupos conservadores no han tardado en culpar a los jóvenes, principalmente a las mujeres, por las crisis demográfica y económica, argumentando que están gastando sus años más fértiles huyendo de la responsabilidad y enfocándose en sí mismos cuando la nación lo que necesita son más niños que en el futuro se conviertan en el motor de la economía (Nishi y Kan, 2006; Yamada, 2000). Sin embargo, detrás de estas tendencias hay más motivos que un simple aumento en el individualismo entre los jóvenes.

Estudios realizados por el Instituto Nacional de Investigación en Población y Seguridad Social de Japón muestran que la gran mayoría de las mujeres y los hombres solteros tienen la intención de casarse y consideran el tener hijos como una de las principales ventajas del matrimonio (National Institute of Population and Social Security Research, 2011). Sin embargo, parece que tanto mujeres como hombres tienen dificultades para encontrar una pareja adecuada y temen no ser capaces de cumplir con las expectativas sociales impuestas a las personas casadas (Kaneko, et al., 2008).

Es importante considerar que, tal como se mencionó en el apartado anterior, el matrimonio en el discurso hegemónico es uno de los principales marcadores de adultez y está ligado intrínsecamente a la paternidad/maternidad. En este sentido, “casarse sin la intención de tener hijos es todavía considerado un comportamiento aberrante” (Jones, 2007: 470). No obstante, el costo, tanto directo como de oportunidad, de tener un hijo es particularmente elevado en el Japón contemporáneo: los gastos de crianza y educación de un niño son altos y, típicamente, la madre debe dejar su trabajo o cambiar a uno de tiempo parcial, dejando la incrementada carga económica al varón.

Esto se debe, en gran parte, a las presiones del *seken* hacia los hombres y mujeres casados. De acuerdo a encuestas sobre la percepción de los papeles de género en Japón, en el año 2004, el 45 por ciento de la población estaba en algún grado de acuerdo con la frase: “se espera que el esposo trabaje fuera de casa, mientras la esposa se dedica a los deberes domésticos”; sólo el 21 por ciento la rechazaba totalmente (Gender Equality Bureau, 2015: 29). Sin duda, estas visiones han influido para que todavía en la década de 2000, más del 40 por ciento de las mujeres hayan dejado sus empleos al tener hijos (Ministry of Health, Labour and Welfare, 2010b: 1).

En estudios realizados en el año 2005, quedó de manifiesto que incluso entre los solteros y solteras de menos de 40 años de edad seguía arraigada la idea de que las mujeres deberían dedicarse totalmente al cuidado de los hijos mientras éstos fueran pequeños (Kaneko, et al., 2008). Sin embargo, también se presentaba una evolución en su visión con respecto a los papeles sociales de las mujeres: la mayoría esperaba

que, una vez casada y con hijos, la mujer fuera capaz de manejar tanto a la familia como al trabajo o, bien, que una vez que los hijos crecieran, regresara a la fuerza laboral (Kaneko, et al., 2008; National Institute of Population and Social Security Research, 2011). Es decir, mientras tanto varones como mujeres jóvenes seguían considerando como deber de la mujer el cuidar y criar a los hijos infantes, también esperaban que esto no significara su retiro permanente del trabajo remunerado. Las mujeres jóvenes deseaban volver al trabajo luego de casarse y tener hijos, y los varones esperaban tener el apoyo de su esposa en el sustento económico del hogar.

Es en este contexto en donde aparecieron los *ikumen*, promoviendo un discurso que resaltaba que el mayor involucramiento de los varones en el cuidado y crianza de sus hijos aligeraría la carga de las mujeres para que éstas pudieran seguir trabajando y el peso económico de mantener a la familia no recayera sólo en el hombre. Pronto, el gobierno adoptaría el mismo discurso como parte de sus políticas destinadas a solucionar los problemas demográficos y económicos.

3. El Proyecto Ikumen

A finales del año 2006, se formó la asociación privada Ikumen Club, la cual estaba integrada por padres que querían promover la participación de los varones en la crianza de sus hijos, sirviendo, al mismo tiempo, como apoyo práctico y moral en tal tarea. En el club enseñaban a los padres cómo y qué cocinar, cómo entretener y qué leerles a los niños pequeños, entre otras actividades relacionadas a las labores domésticas, las cuales eran enseñadas a las mujeres tanto en la educación formal como informal, pero que eran completamente ajenas para el hombre promedio. El mismo club acuñó el término *ikumen* – literalmente “hombres criadores” – jugando con la referencia a otra palabra japonesa, *ikemen*, la cual es utilizada en el lenguaje cotidiano para describir a un hombre atractivo o apuesto. El Ikumen Club promovía tres cualidades para identificar a esta nueva estirpe de padres: los *ikumen* eran hombres atractivos que se divertían criando a sus hijos, incitaban a los niños a descubrir un mundo con diversas facetas, y no olvidaban el amor y las consideraciones hacia sus esposas (Ikumen Club, 2007a).

Entre los años 2007 y 2008, el club promovió sus actividades y su lema – “Criar a los hijos es divertido; los hombres que crían a sus hijos son atractivos; si más papás criaran a sus hijos, las mamás, la familia y Japón serían felices” – por medio de su página web, de publicidad en revistas sobre bebés y de apariciones en espacios de radio, televisión y periódicos destinados a tópicos sobre la crianza de niños (Ikumen Club, 2007b).

En noviembre de 2008, *AERA*, una revista semanal sobre tendencias de la sociedad japonesa, de circulación nacional y enfoque liberal, publicó un número especial sobre la búsqueda de pareja para el matrimonio en el cual incluyó un artículo sobre los *ikumen*. *AERA* los definió simplemente como hombres que disfrutaban cuidar a sus hijos (AERA, 2008). Rápidamente, el término fue adoptado por todos los medios japoneses y utilizado en contenidos cada vez más diversos junto con representaciones de padres cariñosos, relajados y felices, vestidos con estilos casuales y a la moda, contrastando con la imagen seria y uniforme del *salaryman*.

Entre las celebridades japonesas, algunos actores, comediantes y deportistas que eran padres comenzaron a venderse como *ikumen*, siendo promovidos a través de narrativas que enfatizaban su participación en el cuidado de sus hijos y los lazos afectivos que habían desarrollado con ellos. Aunque éstos

adquirieron notable popularidad entre la audiencia femenina, su ejemplo no podía esperarse que tuviera mayor impacto entre las prácticas de los varones japoneses comunes, pues el contexto laboral al que se enfrentaban era marcadamente distinto.

En el año 2010, cuando las encuestas de fertilidad mostraban que cada vez más hombres temían el peso económico de casarse y tener hijos si la esposa se convertía en *senyō shufu* y que un alto porcentaje de las mujeres en edad fértil no deseaba retirarse permanentemente de la fuerza laboral, el gobierno decretó la revisión de la Ley para el permiso de descanso para el cuidado de los hijos y la familia. En ésta se incluían varios elementos que buscaban facilitar el manejo de la vida laboral y familiar para que los japoneses no tuvieran que elegir entre trabajo y matrimonio/hijos, pues, evidentemente, estaban eligiendo el trabajo.

La Ley revisada establecía que las empresas debían permitir a los trabajadores – hombres y mujeres – que tuvieran hijos de menos de 3 años de edad trabajar jornadas cortas de 6 horas y estar exentos de realizar tiempo extra, si así lo solicitaban. Asimismo, se extendía el periodo en el cual madres y padres podían hacer uso de doce meses de descanso por el nacimiento de un hijo con goce de alrededor del 60 por ciento de su sueldo (Ministry of Health, Labour and Welfare, 2010a). Con esto, el gobierno intentaba promover que, luego de que la madre terminara su incapacidad por maternidad de hasta doce meses, el padre tomara un par de meses de descanso a fin de volver más sencilla la reincorporación de la madre al trabajo y facilitar la transición para el hijo.

El problema era que, en ese momento, sólo el 1.56 por ciento de los padres que calificaban para tales permisos los solicitaba, a pesar de que alrededor del 30 por ciento reportaban deseos de tener más tiempo para estar con sus hijos (Ministry of Health, Labour and Welfare, 2010a). Esto se debía, principalmente, a la cultura laboral y los estereotipos de género, los cuales volvían muy difícil para los varones solicitar descansos o jornadas más cortas, pues consideraban vergonzoso e irresponsable dejarles más carga de trabajo a sus compañeros; asimismo, temían las burlas por dejar sus labores para realizar actividades consideradas tarea de las esposas y, en última instancia, pensaban que podían poner en peligro su puesto (Education in Japan Community, 2013; Higgins, 2011; Holloway y Nagase, 2014).

Por tal razón, en junio de 2010, el Ministerio de Salud, Trabajo y Bienestar lanzó la campaña *Ikumen Project*, buscando promover una imagen positiva de los padres activos en la crianza y el cuidado de sus hijos, a fin de facilitarles a los trabajadores varones el hacer uso de los beneficios ofrecidos por el gobierno. Desde entonces, la campaña se ha centrado en tres elementos claves – la alegría, el crecimiento y un nuevo tipo de paternidad que pretende ampliar el modelo hegemónico de masculinidad – y en tres ámbitos – el individuo, la familia y la empresa/nación.⁴

En primer lugar, el discurso promovido por la campaña resalta que el criar a los hijos es una actividad divertida: jugar con ellos, prepararles y darles de comer, bañarlos, enseñarles cosas nuevas, todas son actividades que pueden ser disfrutadas. En otras palabras, se ha intentado quitar la imagen de que cuidar a los hijos y hacer labores domésticas es aburrido y molesto y, en cambio, hacer atractiva la alternativa de dejar por un tiempo el trabajo cotidiano y a los compañeros. En segundo lugar, el discurso destaca la madurez, el crecimiento y el progreso que la mayor participación de los padres en la crianza puede generar para el hombre, para su familia y para la sociedad japonesa. Se ha destacado que el varón puede cumplir su deber hacia la nación no

4- Estos ámbitos van relacionados a nociones del discurso hegemónico de identidad nacional que identifica que el individuo japonés atiende a tres esferas: él mismo, su grupo directo y la sociedad.

sólo trabajando fuera del hogar y contribuyendo directamente al sostenimiento de la economía, como lo ha señalado el discurso hegemónico desde la posguerra y hasta ahora, sino también criando y educando a la siguiente generación de japoneses. Por último, al igual que la campaña del Ikumen Club, la campaña gubernamental también apela al ego del varón, promoviendo la idea de que los *ikumen* son atractivos y que no por realizar actividades tradicionalmente consideradas femeninas decrece su virilidad; es decir, intentan incluir la paternidad activa como parte de la masculinidad aceptada y deseada.

Todos estos elementos están presentes en los posters de la campaña. Por ejemplo, en el poster del año 2014, se utilizó la imagen de un cuello blanco de camisa – aludiendo al *salaryman* – y una corbata blanca con múltiples círculos rojos que simulan la bandera japonesa y que tienen escrito dentro el carácter japonés *iku*, que se refiere a la crianza. Debajo, en letras grandes, se lee: “El papá que puede trabajar es atractivo. El papá que además puede cuidar a los niños es más atractivo” (Imagen 1, izquierda). El poster del año 2015, en cambio, hizo uso de íconos tradicionales de la cultura y la masculinidad japonesas (Imagen 1, derecha). Teniendo de fondo al Monte Fuji y el sol naciente, un samurái, con expresión decidida, carga a su sonriente bebé en la espalda y, con un biberón en lugar de espada, sostiene un cartel con la frase: “Petición de descanso para crianza”. A un lado, el mensaje es: “¡Vamos! Entreguemos la petición de descanso para crianza y convirtámonos en hombres que engendren el futuro”. Debajo del samurái está escrito un largo mensaje formulado con un razonamiento causal: “Los hombres que toman el descanso para la crianza de sus hijos están aumentando. La gente que está apoyando este descanso está aumentando. Si los varones toman dicho descanso, las sonrisas en la familia aumentarán y las esposas podrán continuar con su trabajo. Si la sociedad apoya este descanso, los compañeros de trabajo lo apoyarán también y aumentará la motivación y los resultados del trabajo. Esas son las empresas y el Japón que serán construidos de ahora en adelante por medio del descanso para crianza. Tú también, solicita tu descanso, por favor.”

Imagen 1. Posters de la campaña *Ikumen Project*.

Izquierda: poster del año 2014.

Derecha: poster del año 2015



Fuente: <http://ikumen-project.jp/project/download.php> (29 de enero de 2016)

Además de la campaña discursiva hacia la sociedad y entre los empleados, el *Ikumen Project* ha incluido talleres y foros para las empresas a fin de convencer a los estratos gerenciales de los beneficios prácticos – certificaciones y subsidios por parte del gobierno – que puede tener para ellos el impulsar que sus empleados tomen estos descansos (Ministry of Health, Labour and Welfare, 2010a; 2010b).

No obstante, cambiar las ideas fuertemente arraigadas en el *seken* sobre los papeles de género ha probado ser complicado. Los indicadores de los hombres que han solicitado el descanso y se han inscrito al proyecto entre los años 2010 y 2012 son poco alentadores. Mientras que en el año 2010 el 1.59 por ciento de los permisos de descanso para crianza fueron solicitados por varones, la cifra aumentó mínimamente los siguientes dos años – 1.8 por ciento en 2011 y 1.62 por ciento en 2012. Por otro lado, el interés por autodefinirse como *ikumen* y participar en la campaña ha disminuido: en el año 2010, 1234 varones participaron en la página web del proyecto dando a conocer su experiencia como *ikumen*, pero el siguiente año sólo lo hicieron 356, y sólo 143 en el 2012. (Ministry of Health, Labour and Welfare, 2012).

Esta renuencia a aceptar las nuevas ideas sobre la paternidad se ha visto reflejada también en el discurso de los medios alrededor de los *ikumen*. Luego de un breve periodo de popularidad en el que se promovieron representaciones generalmente atractivas de los padres activamente involucrados con la crianza de sus hijos, éstas se han modificado, reflejando una ambivalencia entre el discurso impulsado recientemente por el gobierno y los discursos de género todavía hegemónicos.

4. Representación de los *ikumen* en la narrativa *mainstream* de los medios japoneses

En el verano del 2011, a un año de que la campaña *Ikumen Project* fuera lanzada y seis meses después de que “*ikumen*” fuera reconocida como una de las palabras más populares durante el año 2010 (UCan, 2010),⁵ una de las principales televisoras privadas japonesas dedicó su horario estelar⁶ a una serie de comedia romántica titulada *Zenkai Girl* (Fuji Television, 2011), en donde los protagonistas eran un *ikumen* llamado Shōta, y una abogada recién graduada llamada Wakaba. En el poster promocional, Wakaba sostiene a un pequeño y sonriente Shōta que viste un delantal y tiene un plato de bebé en las manos. A un lado, se lee: “Sin dinero, sin estudios, ¿la estrella de los *ikumen*? ¡Ese hombre está fuera de consideración!” (Imagen 2).

Imagen 2. Poster promocional de *Zenkai Girl*.



Fuente: http://wiki.d-addicts.com/static/images/a/a8/Zenkai_girl.jpg. (30 de enero de 2016).

La historia comienza cuando Wakaba, quien sueña con mudarse a Nueva York y ser la mejor abogada corporativa, consigue su primer trabajo en un bufete legal en Tokio. Para su sorpresa, su principal responsabilidad es ser la niñera de la hija de su jefa y llevarla al jardín de niños. Es ahí en donde conoce a Shōta, un joven divorciado que trabaja sólo tiempo parcial como cocinero en un pequeño comedor y que se dedica principalmente a criar al hijo de su exesposa, al cual ésta abandonó.

La narrativa de la serie gira en torno al contraste de personalidades entre Wakaba y Shōta y la inversión de las características de género entre ellos. Wakaba es una joven perfeccionista, racional, ambiciosa y

5- Desde 1984, la compañía editorial japonesa Jiyū Kokuminsha premia, al final de cada año, diez neologismos o frases que, a través de su popularidad en los medios y entre la gente, hayan reflejado las tendencias sociales, culturales o políticas en el país durante ese periodo. Ver: <http://www.jiyu.co.jp/> (30 de enero de 2016).

6- Lunes de 21:00 a 22:00 horas.

entregada a su carrera, quien no acepta la posibilidad de rendirse luego de ponerse una meta. Al inicio de la historia, estas características, consideradas masculinas en el discurso hegemónico, son reflejadas por su vestimenta limitada a trajes simples de pantalón y saco, su torpeza para cocinar, su habitación oscura, llena de libros y carente del mínimo “toque femenino”, así como por su aversión hacia los niños. Por otro lado, Shōta es un hombre honesto, sensible y bondadoso, quien ha renunciado a sus metas por cuidar a un niño que ni siquiera es suyo. Su “instinto maternal” y paciencia con los niños, cualidades típicamente femeninas, son acentuadas en la narrativa por su habilidad para cocinar, estar siempre anticipando las necesidades de otras personas y ofrecer su ayuda con humildad.

La historia muestra las dificultades a las que se enfrenta cada uno de ellos al no ceñirse a los modelos hegemónicos de género. Wakaba recibe constantes comentarios sarcásticos por su falta de feminidad, hasta que, a lo largo de la historia, se va dando cuenta que desplegando algunas de las cualidades femeninas marcadas por el *seken* puede conseguir más fácilmente sus objetivos. Por su parte, Shōta tiene un aire de perdedor y conformista que es reforzado por situaciones en las que es menospreciado y llamado “cochinilla”⁷ por Wakaba o por momentos en los que él mismo se percibe inadecuado para ella y patético en comparación con otros hombres. Es hasta que su exesposa regresa por su hijo y él queda libre, cuando el personaje recupera su virilidad, descubriéndose capaz de establecer y conseguir objetivos propios.

Al final de la historia, Wakaba ha adquirido un aire femenino vistiendo faldas, vestidos y tacones; ha desarrollado un instinto maternal, siendo capaz de cuidar y disfrutar de estar con niños; y, ha abandonado la idea de ser abogada corporativa, renunciando a su trabajo en el bufete y consiguiendo uno en el gobierno como abogada de lo civil, trabajando a favor de niños y familias. Mientras tanto, Shōta ha dejado de dedicarse a cuidar niños, ha terminado su preparación como chef en Francia y ha establecido su propio restaurante en Tokio. Así, la narrativa destaca que es hasta que ambos personajes abandonan sus principales características atípicas y se acercan más a los modelos hegemónicos de género cuando se vuelve posible tanto la relación entre ellos como la consecución de sus metas profesionales. Éstas, de igual manera, se han ajustado a lo permisible por el *seken*: ambos siguen realizando actividades profesionales consideradas más propias para el sexo opuesto, pero Wakaba trabaja en un ámbito legal relacionado con intereses típicamente femeninos, mientras Shōta, como chef independiente, ha obtenido el estatus de varón entregado al trabajo.

Este es un ejemplo del tipo de representaciones que han estado propagándose luego de la inicial popularidad de los *ikumen*. Como puede verse, el discurso mediático *mainstream* acerca de la paternidad activa se ha vuelto ambiguo. Por un lado, se sigue promoviendo como admirable el hecho de que los hombres sean sensibles y formen lazos afectivos con sus hijos; también se celebra que sean capaces de realizar actividades hasta ahora consideradas femeninas, como el cocinar y cuidar niños. Sin embargo, al mismo tiempo, se rechaza la idea de que asuman estas funciones totalmente, dejando de lado su principal papel social: el de trabajador en el ámbito público, generador de riqueza para la nación. Un *ikumen* de tiempo completo se presenta, en el discurso mediático dominante, como contraparte de una mujer más fuerte, más determinada y más valiosa en el ámbito laboral, por lo cual, inmediatamente, le añade un aire de fracaso y de poca virilidad. En este sentido, un *ikumen* de tiempo completo, aunque sea por un periodo corto, como está promoviendo el gobierno, sigue pareciendo inadmisibles en el modelo hegemónico de masculinidad.

.....
7- *Dangomushi*, en japonés. Un tipo de insecto que al ser atacado o amenazado se enrolla, convirtiéndose en una pequeña esfera.

Conclusión

El 23 de diciembre de 2015, una noticia volvía a poner en el centro del debate social a los *ikumen* y los diversos discursos de paternidad y masculinidad. Kensuke Miyazaki, miembro de la Casa de Representantes de la Dieta y del Partido Democrático Liberal – el partido en el poder – anunciaba, a través de las redes sociales, que en el año 2016 haría uso del permiso de descanso para crianza, después de que su esposa, Megumi Kaneko – también miembro de la Casa de Representantes – diera a luz al primer hijo de ambos y terminarían los tres meses de descanso que tomaría ella (Miyazaki, 2015).

Los medios comenzaron a debatir al respecto, mostrando comentarios de los ciudadanos representando las diferentes posturas. Alguna gente, principalmente mujeres – entre ellas extranjeras casadas con japoneses – celebraban que Miyazaki pusiera el ejemplo y, potencialmente, volviera más sencillo para los hombres comunes acercarse a sus jefes y pedir el permiso. Otros, mayormente hombres y mujeres de mediana edad, pero también algunos jóvenes, condenaban que Miyazaki pusiera su vida personal por encima de su deber nacional como representante en la Dieta. Nadie criticó que Kaneko, también servidora pública, planeara tomar tres meses de descanso; esto refleja que, para la gente y los medios, había una coherencia entre el descanso de Kaneko y el discurso hegemónico de papeles de género, por lo cual no había nada que reprochar. La discusión era con respecto a Miyazaki: ¿Por qué un varón tenía que dejar de lado su principal función social y su responsabilidad nacional para cuidar a su hijo y, para colmo, con recursos públicos?⁸

El 6 de enero de 2016, Miyazaki fue convocado por la Dieta para explicar su decisión. La mayoría de los miembros – incluidos los de su partido – estaban en contra de que tomara el descanso; alegaban que estaba poniendo en vergüenza al parlamento y lo acusaban de buscar fama a través de un beneficio pensado para los trabajadores, no para los políticos. Miyazaki defendió su punto citando la crisis demográfica y las políticas gubernamentales impulsadas por el Primer Ministro Shinzō Abe a favor de facilitar tanto la crianza de los hijos como la permanencia de la mujer en el trabajo (Miyazaki, 2016).

Al momento de escribir este artículo, el caso aún está debatiéndose en Japón. Su relevancia está en que ha dejado en evidencia la lucha ideológica entre las políticas gubernamentales y la rígida postura del *seken*, así como los diferentes discursos alrededor de los papeles de género y, específicamente, de la paternidad como parte de la masculinidad.

Es indudable que Japón ha sufrido cambios profundos, no sólo en las condiciones económicas y demográficas, sino también en la forma en que los hombres y mujeres en edad fértil asumen los papeles de género frente al discurso hegemónico. Pero, a pesar de que cada día más japoneses eligen no acatar los papeles tradicionales, la presión familiar, laboral, mediática y política persiste. Poco han cambiado los elementos culturales, actitudes sociales y estereotipos, es decir, la visión del *seken*, la cual sigue influyendo en las estructuras laborales y familiares, como se ha mostrado aquí.

Mientras la campaña promovida desde el gobierno sobre el valor social de los *ikumen* podría generar,

8- Miyazaki dio una entrevista a la cadena de noticias CNN. La cadena preparó un corto con comentarios tanto de Miyazaki como de algunos japoneses entrevistados, el cual resume estas posturas. El video, traducido al inglés, puede verse en la siguiente página web: <http://money.cnn.com/video/news/2016/01/28/japan-paternity-leave.cnnmoney/index.html>. (29 de enero de 2016).

poco a poco, cambios en las visiones conservadoras, el hecho de que el mismo gobierno muestre rechazo a que uno de sus miembros se convierta en *ikumen* lanza mensajes ambiguos que sólo fortalecen los discursos hegemónicos. Así, los varones siguen siendo objeto de una fuerte presión social que restringe el desarrollo de lazos afectivos dentro de la familia y los mantiene como simples proveedores en el ámbito privado y generadores de riqueza para la nación. Esto, aunado a la presión hacia las mujeres para que se dediquen a la crianza de sus hijos, ha mantenido a Japón como uno de los países industrializados con mayor desigualdad de género (World Economic Forum, 2015) y parece poco probable que deje ese lugar en un futuro cercano.

Referencias

- AERA. 2008. AERA 2008 nen 11 gatsu 17 nichi hatsubaigo [AERA Número del 17 de noviembre de 2008]. <http://www.fujisan.co.jp/product/25/b/214288/> (27 de enero de 2016).
- Befu, Harumi. 2001. *Hegemony of Homogeneity. An Anthropological Analysis of Nihonjinron*. Melbourne: Trans Pacific Press.
- Benesse Institute for Child Sciences and Parenting. 2011. Wishing to be ikumen: The Ideal and Reality of Young Japanese Fathers. http://www.childresearch.net/data/ec/2011_01.html (20 de enero de 2016).
- Buckley, Sandra. 1993. Altered states: the body politics of being-woman. En *Postwar Japan as history*, compilado por Andrew Gordon. Los Angeles: University of California Press, 25-37.
- CNN Money. 2016. Japanese MP stirs debate over paternity leave. *CNN Money*, 28 de enero. <http://money.cnn.com/video/news/2016/01/28/japan-paternity-leave.cnnmoney/index.html> (29 de enero de 2016).
- Doi, Takeo. 1981. *The Anatomy of Dependence*. Tokio: Kodansha International.
- Doi, Takeo. 1988. *The Anatomy of Self. The individual versus society*. Tokio: Kodansha International.
- Frejka, Tomas, Gavin W. Jones y Jean-Paul Sardon. 2010. East Asian Childbearing Patterns and Policy Developments. *Population and Development Review*, 36(3): 579-606. DOI: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1728-4457.2010.00347.x>
- Fukuda, Setsuya. 2013. The Changing Role of Women's Earnings in marriage Formation in Japan. *The Annals of the American Academy*, 646(1): 107-128. DOI:10.1177/0002716212464472
- Geertz, Clifford. 1988. *Works and Lives: The Anthropologist as Author*. Cambridge: Polity Press.
- Gender Equality Bureau. 2015. *Women and Men in Japan 2015*. Tokio: Gender Equality Bureau, Cabinet Office, Government of Japan.
- Higgins, Marilyn. 2011. Childrearing in Japan from a Historical perspective. *Yamaguchiken Ritsudaigaku Gakujutsu Joho*, 4(17): 49-57.
- Holloway, Susan y Ayumi Nagase. 2014. Child Rearing in Japan. En: *Parenting across Cultures: Childrearing, Motherhood and Fatherhood in Non-Western Cultures*, compilado por Helaine Selin. Nueva York, Londres, 59-76.
- Iida, Yumiko. 2002. *Rethinking identity in Modern Japan: Nationalism as aesthetics*. Londres: Routledge.
- Iida, Yumiko. 2004. Beyond the 'Feminisation' of Culture and Masculinity: The Crisis of Masculinity and Possibilities of the 'Feminine' in Contemporary Japanese Youth Culture. <http://www.culturalstudies.ca/> (5 de noviembre de 2009).

- Ikumen Club. 2007a. Ikumen Club 3 kajo. [Los 3 artículos del Club Ikumen]. <http://www.ikumenclub.com/3kajyou/> (21 de enero de 2016).
- Ikumen Club. 2007b. Ikumen Club ni tsuite [Acerca del Club Ikumen]. <http://www.ikumenclub.com/about/> (21 de enero de 2016).
- Ikumen Project. 2010. Ikumen Project ni tsuite [Acerca del Proyecto Ikumen]. <http://ikumen-project.jp/index.html> (20 de enero de 2016).
- Ishida, Hiroshi. 2013. The Transition to Adulthood among Japanese Youths: Understanding Courtship in Japan. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 646(106): 86-106. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/0002716212465589>
- Jones, Gavin W. 2007. Delayed Marriage and Very Low Fertility in Pacific Aia. *Population and Development Review*, 33(3): 453-478. DOI: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1728-4457.2007.00180.x>
- Kaa, Dirk J. van de. 2003. The Idea of a Second Demographic Transition in Industrialized Countries. *Journal of Population and Social Security*, 1(1): Artículo 3. http://www.ipss.go.jp/webj-ad/WebJournal.files/Population/2003_4/Kaa.pdf (16 de enero de 2016)
- Kaneko, Ryuichi, Tsukasa Sasai, Saori Kamano, Miho Iwasawa, Fusami Mita y Rie Moriizumi. 2008. Attitudes toward Marriage and the Family among Japanese Singles. *The Japanese Journal of Population*, 6(1): 51-75.
- Kitamura, Yuko. 2008. Gender equality dilemma in Japanese society: How traditional ideas affect both women and men. *Bunkyo Daigaku Kokusai Gakubu Kiyo*, 19(1): 65-78.
- Kittaka, Louise George. 2016. Mothers want a word with the LDP's old guard over paternity leave slap-down. <http://www.japantimes.co.jp/community/2016/01/13/issues/mothers-want-word-ldps-old-guard-paternity-leave-slap/> (14 de enero de 2016).
- Lebra, Takie. 2004. *The Japanese self in cultural logic*. Hawaii: University of Hawaii Press.
- Lebra, Takie. 2007. *Identity, gender, and status in Japan*. Folkstone: Global Oriental.
- Ministry of Education, Culture, Sports, Science and Technology-Japan. 1975. Educational Standards in Japan 1975. http://www.mext.go.jp/b_menu/hakusho/html/hpae197501/index.html (25 de enero de 2016).
- Ministry of Health, Labour and Welfare. 2010a. Introduction to the revised Child Care and Family Care Leave Law. <http://www.mhlw.go.jp/english/policy/affairs/dl/05.pdf> (21 de enero de 2016).
- Ministry of Health, Labour and Welfare. 2010b. Promotion to support the balance between work and family. <http://www.mhlw.go.jp/english/policy/children/work-family/dl/psbbwfl.pdf> (20 de enero de 2016).
- Ministry of Health, Labour and Welfare. 2012. Todōfukubetsu Ikumen ni kansuru shihyō [Indicadores relacionados a los Ikumen por region]. http://ikumen-project.jp/pdf/ikumen_list.pdf (27 de enero de 2016).
- Miyazaki, Kensuke. 2015. Dansei no koikusanka ni mukete [Viendo hacia la participación como hombre que cría a sus hijos]. <http://ameblo.jp/miyazaki-kensuke/day-20151223.html> (29 de enero de 2016).
- Miyazaki, Kensuke. 2016. Tatakaubeki wa shōshikanandesuka [Debemos luchar contra la crisis demográfica]. <http://ameblo.jp/miyazaki-kensuke/day-20160107.html> (29 de enero de 2016).
- Morley, Patricia. 1999. *The Mountain is Moving: Japanese Women's Lives*. Nueva York: New York University Press.

- Nakane, Chie. 1973. *Japanese Society*. Middlesex: Penguin Books.
- National Institute of Population and Social Security Research. 2000. Selected Demographic Indicators for Japan. http://www.ipss.go.jp/p-info/e/S_D_I/Indip.asp (20 de noviembre de 2015).
- National Institute of Population and Social Security Research. 2008. Population Statistics of Japan 2008. <http://www.ipss.go.jp/p-info/e/psj2008/PSJ2008.asp> (16 de diciembre de 2015).
- National Institute of Population and Social Security Research. 2011. The Fourteenth Japanese National fertility Survey in 2010. Attitudes toward Marriage and Family among Japanese Singles. http://www.ipss.go.jp/site-ad/index_english/nfs14/Nfs14_Singles_Eng.pdf (28 de enero de 2016).
- National Institute of Population and Social Security Research. 2012. Population Statistics of Japan 2012. <http://www.ipss.go.jp/p-info/e/psj2012/PSJ2012.asp> (12 de octubre de 2015).
- NEWS Posto Seven. 2013. Ikumen Shain wo “wagamama” to hinansuru mono ha jidaisakugo to hihan-sareru [Criticados de anacrónicos aquellos que acusan de “egoistas” a los empleados ikumen]. <http://news.mynavi.jp/news/2013/11/17/037/> (21 de enero de 2016).
- Nishi, F. y M Kan. 2006. Current Situation of Parasite-singles in Japan (Summary). http://www.stat.go.jp/training/english/reseach/parasite_eng.pdf (27 de noviembre de 2015).
- Pulvers, Roger. 2012. New breed of single fathers should be a model for men across Japan. <http://www.japantimes.co.jp/opinion/2012/08/12/commentary/new-breed-of-single-fathers-should-be-a-model-for-men-across-japan> (22 de enero de 2016).
- Reischauer, Edwin. 1978. *The Japanese*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Rosenberger, Nancy. 2007. Rethinking Emerging Adulthood in Japan: Perspectives From Long-Term Single Women. *Child Development Perspectives*, 1(2): 92-95.
DOI: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1750-8606.2007.00021.x>
- Sugihara, Yoko y Emiko Katsurada. 2000. Gender-role personality traits in Japanese culture. *Psychology of Women Quarterly*, 24: 309-318.
DOI: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1471-6402.2000.tb00213.x>
- Takahara, Kanako. 2016. LDP lawmaker faces off against his party's old guard over child care leave plan. <http://www.japantimes.co.jp/news/2016/01/07/national/ldp-lawmaker-faces-off-partys-old-guard-child-care-leave-plan>. (29 de enero de 2016).
- Takahashi, Shigesato, Ryuichi Kaneko, Ryuzaburo Sato, Masako Ikenoue, Fusami Mita, Tsukasa Sasai, Miho Iwasawa y Yuriko Shintani. 2003. Attitudes toward Marriage and the Family among unmarried Japanese Youth. *Journal of Population and Social Security*, 1(1): 1-29.
- The Japan Institute for Labour Policy and Training. 2004. *Japanese Working Life Profile 2004/2005 Labour Statistics*. Tokio: The Japan Institute for Labour Policy and Training.
- UCan. 2010. Shingo Ryūkōgo Taishō 2010 [Premio al neologismo de moda]. <http://singo.jiyu.co.jp/> (29 de enero de 2016).
- Upham, Frank K. 1993. Unplaced Persons and Movements for Place. En *Postwar Japan as History*, compilado por Andrew Gordon. Berkeley: University of California Press, 325-346.
- Vogel, Ezra. 1971. *Japan's New Middle Class: The Salary Man and His Family in a Tokyo Suburb*. Berkeley: University of California Press.
- Vogel, Ezra. 1979. *Japan as Number One: Lessons for America*. Massachusetts: Harvard University Press.
- Wakamatsu, Hiroki. 2011. *Zenkai Girl*. [Serie televisiva]. Tokio: Fuji Television.

World Economic Forum. 2015. The Global Gender Gap Report. <http://www3.weforum.org/docs/GGGR2015/cover.pdf> (27 de enero de 2016).

Yamada, Masahiro. 2000. *Parasaito Shinguru no Jidai [La era de los solteros parásitos]*. Tokio: Chikuma Shobo.