

Las japonesas inician una guerra para bajarse de los tacones en el trabajo

Las mujeres del país nipón lanzan una campaña contra el uso casi obligatorio de este accesorio en la empresa

Pablo Sempere

13 de junio de 2019

Las mujeres quieren pisar fuerte en Japón, y no por el golpeo de los tacones que suelen calzar en el trabajo, sino por la rebelión que han iniciado contra esta norma de protocolo no escrita. Su instigadora, la modelo Yumi Ishikawa, comenzó una campaña en redes llamada #KuToo, en clara alusión al movimiento #MeToo. El término es un juego de palabras que combina el *kutsu* (zapato) con el *kutsuu* (dolor), y la iniciativa ha sido respaldada por más de 20.000 mujeres del país que piden que este calzado deje de ser obligatorio tanto en la empresa como en las entrevistas de trabajo. Y como le sucede a casi cualquier avance, este también se ha encontrado con su réplica. El mismo ministro de Salud, Trabajo y Bienestar, Takumi Nemoto, se ha manifestado en contra de limitar su uso en el mundo laboral: “La sociedad acepta que usar tacones es necesario y razonable en los lugares de trabajo”, dijo en declaraciones recogidas por agencias.

Llama la atención que sea el mandatario que ostenta la cartera de salud y bienestar el que se oponga a frenar el uso del tacón, “un calzado que precisamente muy sano no es”, explica Marina Fernández, directora de relaciones institucionales del Grupo Escuela Internacional de Protocolo. Más allá del matiz, prosigue, lo que está claro es que esta regla, que se mantiene por costumbre y no por ley, radica en el tradicionalismo de una sociedad conservadora como la nipona. “Los códigos de vestimenta imperan sobre todo en la empresa privada. Son las compañías las que deciden cómo deben vestir sus empleados, y si en general no se posicionan en contra de este accesorio es por la imagen que quieren proyectar en la sociedad”.

Hay que recordar, insiste Fernández, que el protocolo, la etiqueta, son simplemente una herramienta de comunicación e imagen más. “Al contrario de lo que mucha gente suele pensar, no hay nada más flexible que el protocolo, porque debe adaptarse a los movimientos y cambios de la sociedad”. Por eso, si esta pseudonorma persiste, es porque realmente son muchos los que la ven como necesaria o inofensiva.

Esto no quiere decir, continúa Amalia Descalzo, profesora de Historia de la Moda en ISEM, que los códigos nunca vayan a relajarse. Más bien al contrario: irán flexibilizándose mucho más rápido de lo que lo hicieron en países como España. “Japón, hasta hace no mucho, tenía su propio traje tradicional normalizado. Y pese a ser una sociedad muy rígida, adoptó rápidamente los códigos occidentales”, cuenta Descalzo. Por eso, aventura, de la misma forma que esta etiqueta ha ido perdiendo peso en Occidente, lo hará en el país nipón, y a un ritmo mucho más acelerado, proporcional al mismo con el que estas costumbres se adoptaron. “Igualmente, se irán relajando los códigos masculinos, que cada vez dan más libertad en el momento de elegir llevar corbata o americana”. Cabe recordar que precisamente en el país asiático, en el caluroso verano de 2005, las normas de etiqueta masculina se aflojaron para que los hombres no tuviesen que llevar obligatoriamente la corbata.

El catedrático de Historia Contemporánea de la Universidad Complutense de Madrid (UCM) y experto en el país nipón, Florentino Rodao, coincide con las expertas, y ve en esta especie de insurrección una muestra más del cambio de rumbo que está tomando la región asiática. “Esta sociedad antes estaba muy definida por el padre de familia que ansiaba el trabajo fijo, comprar una casa y tener el coche”. Ahora, continúa, se ve un nuevo perfil de jóvenes, que prefieren otra forma de empleo y que llevan la flexibilidad a las empresas en su máxima expresión. También en la ropa. “Es bonita esta evolución que estamos viendo, se cambian las costumbres de forma progresiva”, asegura.

Una sociedad de pleno empleo, en la que es más difícil reponer a un despedido, ayuda a que estos avances se produzcan, dicen los expertos

A esto se le añade, señala Rodao, las propias características del sistema laboral japonés, “una sociedad de pleno empleo”. En esas circunstancias, cuando a prácticamente nadie le falta trabajo, es muy complicado despedir a alguien si no se amolda a esa costumbre, porque es difícil reponerlo, reflexiona el experto. El cóctel de la juventud y el pleno empleo es para el historiador la palanca que define el cambio de la sociedad.

Lejos de Japón, ya en territorio español, también hay algunas empresas que promueven entre sus códigos el uso de este accesorio. “Las aerolíneas son quizá el mejor ejemplo”, explica Marina Fernández. Esto radica, apunta, en que el tacón ha sido tradicionalmente un “símbolo de feminidad”, y las organizaciones más conservadoras van algo más lentas a la hora de incorporar los avances sociales. “Es el peso de la costumbre el que muchas veces origina esto, pero en todo hay movimiento. También en el protocolo”.