

# PROMOVIENDO EL PERÚ EMBAJADORES



**En la comunidad hay muchos “diplomáticos” sin cargo oficial en permanente misión de promoción del Perú en Japón, su segundo hogar. Aquí reconocemos a un par de ellos.**

Son los que “hacen patria” desde sus ámbitos de influencia, sean éstos escolares de colegios de primaria o jubilados aprendices de español básico, o en un programa de televisión en horario estelar que es seguido semanalmente por millones de japoneses.

Son los peruanos que construyen verdaderos puentes de amistad entre ambos países y probablemente nunca se hayan detenido a pensar lo importante de su labor, porque su esfuerzo tiene mucho que ver con voluntariado, desprendimiento y mucho amor al país. Y no son pocos.

## YULIA

Yulia Marchinares Maekawa llegó en 1995 al Japón y trabajó en fábricas, donde conoció a su esposo argentino. Consiguió posteriormente un trabajo en la cadena de tiendas Ito Yokado, empresa que la mandó a estudiar formalmente el idioma japonés, lo que hasta ese momento venía haciendo por su cuenta.

“Por entonces, antes de tener a mi hija Yui, disponía de tiempo y pensaba qué podía hacer para ayudar a otros extranjeros. Como mi nihongo ya había mejorado bastante, me daba tiempo para ayudar a algunos compatriotas a encontrar trabajo o llevarlos al médico, traduciendo “ad-honorem”. O ir a los colegios para ayudar a chicos que tenían problemas de hostigamiento (ijime). No faltaron noches en las que me llamaban de madrugada para acompañar a alguien a una urgencia en un hospital o casos en los que algunos tuvieron problemas con la justicia y los visitaba en las cárceles. Por aquella época estaba en eso y lo hacía con gusto, me sentía útil”, relata.

Recuerda que debió dejar toda esa labor de voluntariado luego que Yui nació. Pero “el bichito” de la labor social y comunitaria nunca se extinguió entre el trajín de criar a una pequeña y ayudar a la economía familiar.

*Yulia Marchinares y la pequeña Yui han recorrido algunos colegios de Chiba dando charlas de información sobre el Perú.*



*Yulia también enseña español en el municipio. Aquí, durante clases de cocina peruana.*

Un buen día, Yulia decidió que podría “hacer patria” expresando su orgullo de ser peruana ante pequeños auditorios compuestos por escolares o veteranos que viven su tiempo de jubilados aprendiendo algo nuevo. Colaboraba entonces con una asociación internacional de las que suelen haber en todos los municipios del Japón.

Reunió material didáctico sobre el Perú, imprimió en casa fotografías sobre su acervo cultural, cogió una manta incaica que tenía en casa y se confeccionó una falda que completaría su indumentaria de “ñusta” cuzqueña (princesa inca). Ya estaba lista para su primera exposición: tocaba hablar sobre el Perú a niños japoneses de la edad de su hija Yui, quien, posteriormente, sería su fiel escudera y asistente cada vez que le pedían hablar sobre el Perú en los colegios. Con derecho a traje típico de “ñusta” también.

“Me pidieron repetir estas charlas posteriormente. Tuve entonces que encargarle a mi familia que me envíe desde el Perú más material que pueda servir para exposiciones, como réplicas de cerámica incaica, instrumentos musicales andinos, textiles, hasta tipos de menestras que hay en el Perú, etc. Lo bueno es que Yui me ayuda mucho con todo esto y se pone a investigar para posteriormente ella misma tener a su cargo las explicaciones. Ya entró a la secundaria y probablemente sus ocupaciones no le van a permitir hacerlo con la frecuencia de siempre; aparte, esto de la pandemia no nos ha posibilitado seguir con estas actividades. Años atrás, Yui conoció el Perú por primera vez y le encantó. Le gusta mucho que los peruanos seamos tan cariñosos”, dice.

“El principal objetivo de hacer este tipo de charlas fue ayudar a los niños peruanos. Averiguaba en qué escuelas estaban y me ofrecía a hacer estos conversatorios. Creo que los problemas de ijime podrían prevenirse en parte si sus compañeros también conocen algo más sobre el Perú, dónde queda y cuáles eran sus costumbres. O si se les hace saber que hace más de un siglo también hubo muchos japoneses que inmigraron a Sudamérica; que muchos de nosotros somos sus nietos y bisnietos, y que vivimos desde hace más 30 años en el Japón. Creo que pasarles esta información podría facilitar la integración. Como enseño también español en actividades comunitarias de la municipalidad, de vez en cuando hacemos clases de cocina peruana. Todas cosas



Juan Carlos Huemura en el set de grabación del programa "Sekai Kurabetemitaru", caracterizado como "Carlos"

muy sencillas, pero hechas con mucho cariño y significado", cuenta Yulia, graduada en Lima en Ciencias de la Comunicación. "Creo que como extranjeros debemos interactuar mucho más con la gente de este país. Aprender su cultura y formar parte de ella, sin perder y transmitir a nuestros hijos nuestras raíces. Considero que el secreto del inmigrante es interactuar y aprender el idioma del país al que viaja. Sólo así tendremos mejores oportunidades", finaliza.

## JUAN CARLOS

De ser un programa que hace cinco años se inició en horario de madrugada, "Sekai kurabetemitaru" (algo como "Comparando con el mundo"), pasó a transmitirse en horario estelar (miércoles de 8 a 9 pm.) en la televisora TBS, con picos de sintonía que llegan a nada despreciables 13,5 puntos. Es un programa de entretenimiento basado en mostrar cómo se vive en el exterior, lo que da pie a divertidos debates en base a la diferencia de costumbres.

Allí Juan Carlos Huemura encarna a "Carlos", una suerte de representante del Perú en un panel integrado por casi cuarenta extranjeros residentes en Japón, los que aparecen en el entretenido espacio que presentan el cantante de los TOKIO, Kokubun Taichi y la actriz Kamishiraishi Mone.

Natural de Trujillo, capital de la Libertad, Juan Carlos llegó a los 13 años para vivir en Japón durante unos meses en casa de su padre. Y se terminó quedando aquí para completar la secundaria básica y superior. A los 17, en una determinación que implicó mucha valentía, le tocó afrontar el desafío de vivir solo en Japón, ya que su padre retornó al Perú y él quiso quedarse para acabar sus estudios. Trabajó en fábricas para terminar de pagar la escuela y consiguió un empleo como mesero en un hotel, siendo contratado finalmente por una operadora turística.

"Laboro hace 20 años en una empresa de turismo que trabaja principalmente Latinoamérica como destino de los viajeros japoneses. En ese contexto, parte de mi trabajo es hacer exposiciones para promover el Perú y sus atractivos. Ello me llevó a una audición de un programa especial de la NHK sobre los Patrimonios Históricos de la Humanidad en una dinámica de competencia. Me aprobaron y me tocó resaltar en el programa todo lo que tenía que ver con Machu Picchu. A partir de allí, el personaje "Carlos", ataviado a la

usanza de un hombre del ande, se comienza a ver en la televisión", rememora.

En efecto, Juan Carlos posteriormente también tuvo apariciones en programas como "Nepu & Imoto Sekai Banzuke" -presentado por los comediantes Neptune e Imoto Ayako-, que se difundió por Nihon Terebi, y también en "Sekaiga Odoroita Nippon Sugoidesune Shisatsudan", que presentaba la dupla Bakusho Mondai en Terebi Asahi. Todos del mismo corte: mezclar información con entretenimiento.

Le pregunto si con tanto programa de este corte, las posibilidades de promover al Perú se han incrementado. Los programas que tocan temas del extranjero ya pueden ser un tipo de género dentro de la TV japonesa desde hace unos años. "Pienso que ese tipo de programas ha sido más frecuente por la cercanía de los Juegos Olímpicos, el objetivo pre-pandemia de que Japón sea visitado por 20 millones de turistas al año, y la cantidad récord de trabajadores extranjeros aquí. Como ya tengo cierta experiencia en esos contenidos, cada vez uno va conociendo más sobre la televisión y preparándose mejor para lo que la producción desea, sobre todo cómo destacar el material para que en la edición final éste no se descarte y se lleve al aire. Obviamente tengo que superarme mucho aún con el personaje, porque siempre no voy a hablar de Machu Picchu, la alpaca o el cuy, asuntos que, por peculiares, sé que no me van a cortar en la edición", agrega.

"A veces me preguntan por qué salgo en la tele. Yo lo tomo así: si no sale el Perú en el programa, va a salir otro país, y debo hacer lo posible para que el material resulte atractivo como para programarlo. Y ello no está exento de críticas. Ya me han llamado algunos compatriotas y amistades para decirme que tal asunto no debió salir así, que el tamal no debió presentarse frío, que la vestimenta que estoy usando no es apropiada por ser de otra región, o que al salir con traje típico estoy estereotipando la imagen de los peruanos, cosas así. Entonces, aunque sea solo por algunos minutos, me alegra que estén viendo a 'Carlos' y estén pendientes, lo que me pone contento y me otorga también mayor responsabilidad. Tomo muy bien esas recomendaciones y constituyen un desafío. Aunque debo decir que si me quito esa vestimenta, no saldría en el programa", agrega.

Y es que no debemos olvidar que, ante todo, es un programa de entretenimiento y, por lo tanto, prima el material que puede atraer más a los televidentes. "Debo ver la forma de que cosas del país puedan ser llevadas al aire durante algunos minutos y de la forma más entretenida posible. Al televidente no le interesa que sea Perú o Nepal. A mi modo de ver, mientras esté sintonizando el programa, quiere entretenerse y saber algo que hasta ese momento desconocía sobre un país del extranjero. No veo este tipo de espacios como modo efectivo de promover al país; programas de variedades buscan entretener. Por ello siempre van por el material más chocante, el que llame más la atención, y a veces eso queda como imagen", dice.



Juan Carlos Huemura llevó a sus dos menores hijas a conocer Machu Picchu meses atrás.





“Funciona así: la producción nos da un tema y cada uno de los panelistas debe desarrollar una encuesta, y solo unos 10 serán seleccionados para salir en el programa, obviamente con el material que a la producción le parezca más interesante. La vez pasada el tema fue Resort (complejos turísticos). Nuestra infraestructura turística pierde en comparación con la de otros países, no les va a llamar la atención. Por ello preferí mencionar en la encuesta que tenemos lugares bonitos como Tarapoto u otros a los que hay que acceder luego de varias horas de caminata. Tengo que darles algo más nuestro, que solamente pueda verse en el Perú y que, a la vez, ‘televivamente’, pueda competir contra las playas de Indonesia o Hawái, por decirlo. Si se sale de lo común, las oportunidades de que el material aparezca son mayores. Tengo que pensar de esa forma, y es un método para hacernos competir también entre los panelistas”, explica.

Repito que no tomo mi participación como una forma de llevar turistas al Perú, aunque me dedique a ello por mi trabajo, sino que creo que mi deber es dejarle a mis dos hijas una sociedad japonesa que sea más amigable con las cosas del Perú y ojalá convertirme en una persona simpática que en el futuro pueda reconocerse como uno de los 50 mil peruanos en este país, decirles que estamos por aquí más de tres décadas y que somos un tipo de migrante antiguo que ya se ha adaptado a vivir en esta sociedad, que ha echado raíces. Es a lo que aspiro y hacia lo que quiera proyectarme”, reflexiona Juan Carlos, casado con una nipo-venezolana, con la que tiene dos niñas pequeñas (de 4 y 7 años), a las que les hizo conocer el Perú hace unos meses.

¿Es verdad que el primer lugar al que desea ir el turista japonés es Machu Picchu?, ¿cómo “venderles” mejor al Perú? pregunto, ya hablando con el profesional de turismo y no con el personaje de la tele.

“Sí, es verdad. Pero también es verdad que son muchos los que no saben que Machu Picchu queda en el Perú. Aún no hay esa relación, hay que trabajar eso. Que cuando diga Perú, en su cabeza surjan Machu Picchu, Nazca, alpacas, comida. Falta posicionar eso. Depende de la edad de las personas, los más veteranos relacionan al Perú con la toma de rehenes, Fujimori, etc. Es muy fuerte esa imagen porque durante varios meses el tema de la embajada japonesa estuvo a diario en la televisión. Creo que debe trabajarse una campaña relacionando al Perú con cosas que ya están establecidas en el país, como los alimentos saludables llamados ‘super foods’ (chia, quinua, maca, etc.) que encontramos en cualquier supermercado. En este momento resultaría mucho más efectivo que el largo camino que ha empezado a recorrer en el Japón la comida peruana, que demorará algún tiempo para ser referencia”, opinó.

“Si hubiera alguna reflexión que hacer en este Bicentenario, sería la importancia de que a partir de ahora tendremos representantes de los peruanos en el extranjero en el Congreso. Creo que los que estamos fuera debemos sentirnos tan peruanos como los que están allá. No solo por lo que significa el sentimiento de sentirnos como tales, sino también por lo que representamos en términos de población y capacidad económica por las remesas. Pero considero que podríamos aportar mucho más: somos peruanos híbridos, con lo mejor de dos culturas. En nuestro caso, tenemos la experiencia de trabajar con japoneses y estamos familiarizados con su forma de ser, su disciplina y compromiso. Sería un desperdicio que este tipo de experiencia no pueda aprovecharse en nuestro país”, puntualizó. ■



## CHARO UNTEN CANTO AL BICENTENARIO

Charo Unten de Musso, una de las intérpretes más reconocidas en la comunidad peruana en Japón, ha compuesto una canción con motivo del Bicentenario de la Independencia del Perú.

Es un vals peruano que se titula “200 Años Perú” y se lanzó a través de la plataforma audiovisual YouTube en enero de este año. Es una canción que saluda este importante aniversario apelando a la nostalgia, pero también reflexiona sobre muchas cosas en las que hay que mejorar.

Además de interpretarlo, la artista compuso también la letra y melodía del tema, teniendo como arreglista al músico Walter Riva, que también trabajó la parte del sonido.

El clip del tema puede verse en el enlace

<https://www.youtube.com/watch?v=FzhtAOn-CZs> y es otra de las canciones que la intérprete ha compuesto en los últimos años, luego de “Aseranai, Awatenai, Akiramenai” -un huayno grabado íntegramente en japonés- y la marinera “Cristo Moreno (Himno de un inmigrante al Señor de los Milagros)”.

“La letra salió en un día, antes de irme a trabajar. Quería que fuera una canción que deje algún tipo de enseñanza como homenaje a nuestro país. Aún a la distancia, amo al país por todo lo bueno que tiene. Hay mucho por hacer, lo que pasa es que muchas veces hay gente que no quiere llevar las cosas adelante”, opina.

Charo Unten de Musso llegó hace 10 años y su familia la componen su esposo Ricardo, y sus hijos Ricky, Bruno y Mario. Trabaja 12 años brindando asistencia y cuidado a ancianos, una labor que encuentra gratificante. Además de ello, eventualmente realiza charlas para que conozcan al Perú y divierte a ancianos centenarios con un material que ella ha desarrollado para enseñar lo que llama “omoshiroi nihongo”, donde muestra palabras que suenan igual en español y japonés, pero que tienen significado diferente, como por ejemplo “kasa” (paraguas) y “casa”. “Memorizan las palabras y su significado. Con cosas sencillas se aprende mucho”, menciona Charo, que se graduó en el Perú de profesora de Biología y Química, así como de Música.

“Con ocasión de este Bicentenario, los peruanos necesitamos más unión, más educación, más empatía. La gente vive para sí y no le importan los demás. Y eso es lo que hacen todos los gobernantes y duele más” comenta, a propósito de la efeméride.

escanee el código QR para ver el clip del tema ▶

