SELPRESS
www.selpress.com

Direttore Responsabile
Roberto Napoletano

Diffusione Testata
233.997

Giappone tra crisi e globalizzazione dopo gli anni del grande dinamismo
▸ pagina 18

Ex Paese chiuso. Il Sol levante è quasi l'emblema di un sistema aperto al mondo. Ma non sempre l'osmosi ha funzionato, o funziona

Perché «essere giapponesi» non basta per battere la crisi

Tokyo in cerca di un'identità dopo gli anni del grande dinamismo

di **Fabrizio Galimberti**

Il Giappone è conosciuto in tutto il mondo per i suoi prodotti, dalle auto della Toyota ai Pc della Toshiba ai televisori della Sony, alle playstation della Nintendo, alle macchine fotografiche della Nikon o alle copiatrici della Canon... L'economia giapponese è quasi l'emblema di una economia aperta al mondo. Ma non è sempre stato così.

Siamo nel Giappone del 1853, e ancora dura (dal 1600), il sistema feudale del periodo Tokugawa, quando le regole del sakoku (chiusura nazionale) stabilivano che, sotto pena di morte, i giapponesi non potevano viaggiare all'estero o commerciare con Paesi stranieri. E un giorno gli ispettori arrivano nella casa di un umile mercante di Osaka, Nozomi Miwa. Che cosa cercano? Merci di contrabbando? Prove di evasione fiscale? Licenze contraffatte? No, debbono solo controllare che nella casa l'arredamento non sia di lusso, ché il mercante deve essere all'altezza, o per meglio dire, alla bassezza, della sua classe. La classe dei mercanti a quel tempo era al fondo della piramide, che vedeva in cima i samurai (avevano il diritto di uccidere chiunque, dovunque).

Storie di altri tempi, si dirà. Ma nel profondo non molto è cambiato. Una prova? Siamo nel Giappone del 2001 e un anglosassone innamorato del Paese del Sol Levante e da decenni ivi residente, ha deciso di naturalizzarsi. Arrivano gli ispettori del ministero dell'Interno in casa sua. Che cosa cercano? Droga? Connessioni con lo spionaggio di Paesi ostili? Nulla di tutto questo. Rovistano nel frigorifero e guardano l'arredamento, per accertarsi che abitudini culinarie e modi di vita siano veramente "giapponesi". L'esame è passato, ma quando il nostro, in vacanza a Hokkaido, vuole andare in un bagno pubblico tradizionale (vasche calde, abluzioni, vapore) gli viene negato l'ingresso perché è gajin, straniero.

Quel che accade ci avvicina al segreto del successo come dell'insuccesso del Giappone. Il Giappone ha un fortissimo senso di diversità, un profondo senso di identità collettiva e di appartenenza a una civiltà cesellata e infiorata. Perchè questo senso esaltato di identità ha servito così bene il Giappone nei primi decenni del dopoguerra? E perchè lo ha servito così male dopo? Dopo la guerra il Giappone aveva voglia di catarsi, di pace, di abbandono a un'operosità non più guerriera. Ma come poteva l'anima giapponese, abituata alle caste e all'obbedienza, svincolarsi dalla sudditanza al feudo, al signore, al Governo? C'erano due vie d'uscita. La permanenza dell'imperatore che, immeritatamente indenne dalla condanna morale di una guerra insensata, continuò a essere un punto d'unione per la nazione intera. E, più in basso, un potere economico rinato e voglioso, un desiderio di fare, una sudditanza microeconomica all'impresa che sostituiva la sudditanza macropolitica a un potere centralista ed espansionista.

Ma la cesura non poteva essere netta. Così come la diplomazia, secondo il vecchio detto, è la guerra proseguita con altri mezzi, anche il commercio e gli scambi furono la guerra proseguita con altri mezzi, più consoni all'indole pacifista che era diventata ambizione nazionale, ma allo stesso tempo risonanti di un inconscio guerriero e conquistante che da secoli era stato scolpito nell'anima della nazione: un gruppo di isole al largo di un continente formicolante, un paesaggio frastagliato e fatato da "Signore degli anelli", un mare vicino a Ovest e un oceano sconfinato a Est, che generano al tempo stesso l'orgoglio dell'isolamento e la paura dell'invasione, paura che si supera trasformando la difesa in offesa, facendosi forti per colpire prima di esser colpiti...

LA DIFFICOLTÀ DI CAMBIARE

Tante storie di successo, dal connubio cellulari-internet al settore auto, ci ricordano che il Giappone è competitivo, ma i mutamenti fanno paura

UN FORTE SENSO DI DIVERSITÀ

Dal settore esportativo che fissa standard mondiali di qualità di processo e di prodotto, al settore servizi inefficiente: storia di un dualismo economico

Ma tutto questo sarebbe ancora velleità se dietro non vi fosse stata una macchina oliata, una capacità produttiva senza eguali, un perfezionismo senza tregua. Ecco dove la diversità giapponese torna a spiegare un Paese difficile. La diversità ha bisogno di simboli fisici. E i simboli del Giappone sono sempre stati nella ossessiva ritualità della vita: il vestire diventa amore di un kimono, festa di colori e di cuciture e di drappeggi, un vaso di fiori assurge all'arte dell'ikebana... Come non vedere nel modo che diventa sostanza un'abilità che trascolora dalla vita quotidiana alla vita produttiva, una capacità di innovare nei processi di produzione, di inventare una "lean production", una ingegneria della qualità che ha portato a tante storie di successo, a rapporti qualità/prezzo imbattibili?

Ma l'economia giapponese è una economia dualistica? Divisa fra un settore esportativo che stabilisce gli standard mondiali della qualità di processo e di prodotto, e un settore di servizi costoso e inefficiente? C'è molto di vero in questo dualismo. Ma non è tutta inefficienza quel che è costoso. Dal taglio di capelli alle compere nei grandi magazzini (guardate a quanto ci mette la commessa a incartare il pacchetto), l'intero processo chiede molto tempo. Una "deliberata ineffi-

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

cienza": quando i giapponesi vanno dal barbiere o fanno lo shopping, vogliono un livello di servizio superiore a quello cui sono abituati gli sbrigativi occidentali.

Perché questo "essere giapponesi", che aveva servito così bene il Giappone nei primi decenni esaltanti del dopoguerrà, non lo serve più? Perché l'economia giapponese sta cercando ora di uscire dalla crisi con la Abenomics (vedi sotto) e fatica a ritrovare la via della crescita? La prima cosa da dire è che la "crisi" giapponese è stata un po' esagerata (vedi grafico). Tuttavia, è innegabile che il dinamismo degli anni Cinquanta-Settanta è stato perso. Non basta dire che c'è la deflazione, la popolazione invecchia, il Governo non fa le riforme..Una risposta forse più vaga ma più completa deve di nuovo far leva sulla diversità giapponese, su quel profondo senso di identità cui i giapponesi si aggrappano per definirsi in un mondo "al di là del mare". In breve, il mondo di oggi li invita a essere "meno giapponesi". La rivoluzione informatica, che fa premio sull'iniziativa individuale, mal si adatta a una società che aveva fatto della coesione sociale e dell'omogeneità culturale il suo "marchio di fabbrica".

Tutto questo non vuol dire che l'innovatività si sia spenta. Tante storie di successo, dal connubio cellulari-Internet a grosse nicchie di software, al settore automobilistico, ci ricordano che i giapponesi, presi individualmente, sono capaci come tutti gli altri di abbracciare le novità e farle fruttificare. Ma è la società nel suo insieme che fa fatica, perché deve accettare di cambiare e ha paura, come tutti noi, di cambiare.

fabrizio@bigpond.net.au

La spedizione Usa del 1853

Fu il rispetto il «grimaldello» che spezzò l'isolamento

di **Claudia Galimberti**

Che cosa devono avere pensato i pochi pescatori giapponesi quando alle prime luci dell'alba, l'8 luglio 1853 a Uraga, videro il cielo oscurato da una nuvola nera? Cercarono di guardare attraverso quel fumo e videro quattro navi nere (vedi in basso un box sulle "Black Ships"), ma nessuna vela. Era una magia? Come erano arrivate in porto le navi? In un tempo in cui la rivoluzione industriale aveva regalato all'Occidente le navi a vapore alimentate a carbone e le distanze si erano accorciate, il Giappone viveva ancora in uno splendido isolamento e il soffio del progresso, non solo del vapore, non era ancora arrivato. Le navi, comandate dal commodoro Matthew Perry, appartenevano alla Marina americana e avevano un compito preciso: aprire il Giappone al mondo occidentale.

Il lontano Oriente non era più così lontano. Il viaggio dalla California, appena conquistata con la guerra contro il Messico, alle acque del Giappone, sembrava breve. L'economia statunitense era in fermento: al culmine di un cambiamento tecnologico e industriale, guardava con interesse a nuovi mercati. È in questo clima che l'idea della spedizione dell'ammiraglio Perry matura e si concretizza con il pieno appoggio del Governo, dei ministri degli Esteri e della Marina, Webster e Kennedy, e del Presidente Millard Fillmore.

La spedizione si preparò nei minimi dettagli. L'ammiraglio studiò tutto quello che era stato pubblicato sul Giappone: voleva capire come mai i tentativi delle altre navi occidentali di sbarcare in acque giapponesi fossero falliti. I portoghesi erano stati i primi a scalfire la diffidenza del Giappone quando, nel 1543, erano entrati nel porto di Nagasaki. Altre navi erano arrivate, olandesi, inglesi, spagnole, e con loro erano giunti i missionari, che riuscirono a convertire migliaia di giapponesi. Ma nel 1639, in seguito a una rivolta, il regime feudale di Tokugawa decideva l'espulsione degli stranieri e la persecuzione dei cristiani, iniziando un lungo periodo d'isolamento. Solo una missione olandese riuscì a rimanere sull'isola di Dejima, nel porto di Nagasaki, mantenendo un fragile legame con l'Occidente.

L'ammiraglio Perry credette di individuare le ragioni che avevano spinto i giapponesi a questa scelta: gli occidentali avevano spesso scambiato la gentilezza per un atteggiamento servile, offendendo la loro dignità e risvegliando il loro orgoglio. Perry capì che bisognava essere rispettosi, calmi e determinati al tempo stesso.

D'altronde gli Stati Uniti non erano del tutto sconosciuti ai giapponesi. John Manjiro, un marinaio giapponese naufragato a soli 14 anni e salvato da una nave americana, aveva vissuto negli Stati Uniti per 10 anni. Rientrato in Patria aveva raccontato di una nazione di uomini attivi e generosi, possessori di tecniche e macchinari quasi magici che permettevano, in terra e in mare, di percorrere rapidamente grandi distanze. Questa approssimativa conoscenza favorì il contatto di Perry con i signori feudali, gli Shogun, che, vissuti per due secoli in pace, diventati amministratori e non più guerrieri, furono intimoriti dalla presenza della navi.

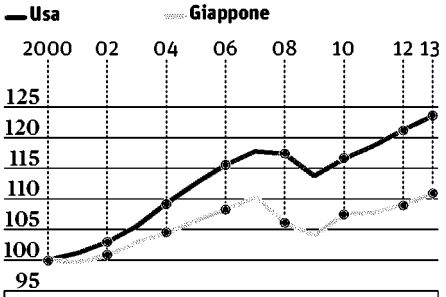
Perry chiedeva un colloquio e portava una lettera del Presidente per l'Imperatore. Fu ricevuto dallo Shogun Lesada e il trattato di Kanagawa fu firmato. Questo evento straordinario cambiò il volto dell'Oriente e dell'Occidente, iniziando uno scambio continuo e diffuso fra le due culture. Il resto è storia.

denpasar@tin.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il duello (economico) nippo-americano

Il Pil in Usa e in Giappone. Indici 2000=100



Fonte: elaborazioni del Sole 24 Ore su dati Ocse

Come si vede, in effetti l'economia americana da molti anni è andata crescendo più dell'economia giapponese. Ma il Giappone ha una scusante: la sua popolazione ristagna, mentre quella americana aumenta (di oltre il 12% nel periodo). Talché, se invece di guardare al complesso dell'attività economica (il Pil), guardassimo al Pil per abitante, vedremmo che nei due Paesi la progressione è stata all'incirca eguale. Ma la scusante non scusa molto: una popolazione che ristagna è una popolazione che invecchia, il che pone altri problemi: aumentano le spese per le pensioni e per le cure sanitarie

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Il Sole 24 ORE

Domenica 17/11/2013

SELPRESS
www.selpress.com

Ricette economiche, arti e tradizioni legate al Sol levante

E Shinzo Abe varò l'audace «Abenomics»

Cosa è la "Abenomics"? É la politica economica (o l'economia in quanto scienza economica - in inglese "economics") di Shinzo Abe, il primo ministro giapponese. Il quale, stanco di vedere un'economia nazionale che aveva perso lo smalto dei tempi andati, ha deciso di provare a stimolarla con una ricetta audace.

Shinzo Abe ha aperto, cioè, i rubinetti dell'espansione monetaria e dell'espansione di bilancio. Ha nominato un nuovo Governatore della Banca centrale vicino alle sue vedute, e la Banca del Giappone si è lanciata in un programma di creazione di moneta volto a inondare il Paese di liquidità (comprando titoli pubblici e privati) con lo scopo di creare più inflazione.

Sì, può sembrare strano, ma una Banca centrale, di solito arcigna guardiana dell'inflazione, può darsi come obiettivo quello di creare più inflazione, se quest'ultima è troppo bassa. In effetti in Giappone imperava la deflazione, cioè la diminuzione dei prezzi. In un Paese ben gestito, invece, non ci deve essere inflazione ma neanche deflazione, e diventa legittimo spingere la dinamica dei prezzi verso l'alto quando questa è troppo bassa. A questa generosità della moneta si è aggiunto un programma di spese pubbliche volto a stimolare l'economia, senza preoccuparsi troppo dei deficit di bilancio. Questi potranno aumentare, ma se aumenta anche il Pil il peso del deficit (e del debito) sarà più facile da sopportare.

Navi nere e vele variopinte

Il nome di Black Ships deriva dalla pece che ricopriva lo scafo delle prime navi portoghesi che erano giunte, nel 1543, nelle acque giapponesi. Da allora in poi tutte le navi occidentali furono chiamate così: Kurofune, cioè navi nere. Quando poi anche la spedizione del Commodoro Perry con le quattro navi da guerra, Mississippi, Plymouth, Saratoga e Susquehanna, arrivò avvolta in una nuvola di fumo nero si accentuò ancora di più la corrispondenza tra il colore nero e le navi dei southern barbarian.

Dopo la spedizione Perry l'incontro tra le due culture si concretizzò immediatamente in raffigurazioni artistiche che rappresentavano, finalmente dal vero, i due mondi. L'America aveva anche la possibilità di fotografare (il dagherrotipo era stato brevettato nel 1839) e quindi di documentare i luoghi, gli abitanti, il territorio , ma ancora di più furono i colori dell'iconografia a rappresentare, in una vera esplosione di luce, la realtà giapponese: i suoi fiori, i suoi giardini curatissimi, i porti popolati da vele variopinte.

I giapponesi rappresentarono l'evento con stampe su legno, con grandi manifesti, con disegni e dipinti stilizzati. Le nere Black Ships avevano stimolato un'arte di luce e colore a tutte e due le culture.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.