



J. CASTELLÀ-GASSOL

Els japonesos han desembarcat

Les multinacionals ja no ens arriben del nord del vell continent o dels EUA de sempre. Una nova onada comença a prendre força i ja s'han instal·lat entre nosaltres: els japonesos. Una invasió subtil.



Dalt, laboratori Miquel-Otsuka, a Barcelona. Baix, fàbrica superautomatitzada, al Japó.

J. Castellà-Gassol

Era un dia com els altres, però, de sobte, una gran ramada d'ocells metàl·lics aparegué al firmament. Al mateix temps, sobre la boirosa ratlla de l'horitzó emergiren les siluetes d'incomptables vaixells. Segons després, la badia de Pearl Harbor esdevenia un infern. Era el 7 de desembre de 1941 i la base nord-americana de l'illa d'Oahu (Hawaii, Oceania) saltava pels aires, com a conseqüència de l'atac combinat de l'aviació i la flota japoneses, sense declaració prèvia de guerra. Hores més tard, els Estats Units decidien entrar a la segona guerra mundial.

Quaranta-quatre anys després, *L'Imperi del Sol Ixent* es disposa a fer el gran salt sobtat sobre l'Europa comunitària, i la base on desenrotlla en silenci els preparatius és Catalunya.

Els fatxendosos *tot-terreny* «Nissan-Patrol», que es fan mirar tot circulant per l'avinguda Diagonal de Barcelona, toparien amb moltes dificultats per a ser venuts a l'Europa de Pirineus en amunt si haguessin d'eixir de les fàbriques nipones. Però com sigui que són fabricats al terme de Montcada i Reixac —és a dir: a l'Europa del sud—, podran entrar amb més facilitat a l'Europa freda. A Montcada i Reixac —una antiga població de la comarca del Vallès, que ha esdevingut negre suburbi de Bar-

Empreses japoneses dominants en acords establits amb empreses catalanes

Empresa japonesa	Empresa catalana	Lloc	Productes
HONDA	Montesa	Cornellà del Llobregat (Baix Llobregat)	Motos
KAWASAKI	Derbi	Martorelles (Vallès)	Motos



Sr. Hashima, cap d'empreses Sony-Espanya.

DOMENEC UMBERT

les característiques generals d'allò que resta de l'economia pròpiament catalana; no es veuen institucions ni directrius autòctones que orientin la ciutadania i donin confiança al comú. D'aquesta situació, se n'aprofiten els japonesos, i ells sí que donen directrius. En un acte celebrat fa poc a l'hotel Ritz de Barcelona, convocat per HONDA (que s'ha fet seves les antigues motos Montesa), el pilot català Sito Pons, llogat per la multinacional nipona, anava disfressat amb l'uniforme que vesteixen els japonesos per anar per Europa occidental: una americana fosca superplanxada, encorbatat, sabates negres enllustradíssimes. Qui paga mana.

Penetració subtil

Però no es pot dir que els japonesos s'imposen. Sembla, més aviat, com si, sense adonar-se'n i com per atzar, molts de ciutadans hagin descobert els productes de consum que estaven esperant de tota la vida. Alguns d'aquests ciutadans consumistes ni tan sols saben si és japonès el producte que acaben d'adquirir, o ho saben i no li donen cap importància. Es tracta d'una altra penetració subtil dels nipons, molt allunyada de l'agressiva estratègia dels nord-americans, de la lentitud feixuga dels germànics o de la vivor del foc d'encenalls dels italians. Els productes japonesos ni tan sols estan de moda, en una capital com Barcelona, però el fet és que el Nissan Patrol i el tot-terreny Suzuki estan desplaçant el Mehari de Citroen, que era una imatge molt catalana fa una dotzena d'anys.

Els rellotges Orient han desplaçat els suïssos, que ara intenten reaccionar. La moto Kawasaki ha desplaçat la Derby. L'Honda ha desplaçat la Montesa. El que no te un vídeo Beta-max s'ha comprat una màquina de retratar Asahi, o la Nikon que ara anuncien, en el cas que no tingui ja

celona— els japonesos de la multinacional NISSAN s'han fet els amos de la Motor Ibérica, SA, una societat nascuda a Catalunya el 1920 com a filial de la Ford nord-americana. I l'any 1986, els vehicles industrials que eixiran d'allí aniran sobretot als mercats europeus. Serà una penetració subtil. Ja ho va dir l'escriptor.

Ara, els japonesos ho tenen fàcil per aprendre català. La casa editorial Enciclopèdia Catalana ha editat fa poc un voluminós diccionari *Català-Japonès/Japonès-Català* al preu de 2.500 ptes., i és segur que almenys el senyor Shnichi Takagi —director de la SONY a Parets del Vallès— en té un exemplar.

A la inversa, els catalans poden trobar també moltes facilitats per a penetrar en els secrets de la hieràtica i impertorbable i misteriosa ànima japonesa. Al barcelonès carrer d'Aribau s'acaba d'obrir un restaurant, on l'encarregat és un senyor de Sòria, però el cuiner assegura ser japonès. L'arròs que hi serveixen potser ve de

València i el peix tal vegada procedeixi de l'Ametlla de Mar, però el *saki* —l'aiguardent dels samurais— és autèntic.

Els obsessos amb l'eficiència japonesa —a Catalunya n'hi comença a haver, i són, en general, els mateixos que, abans, restaven embadalits davant de la saviesa alemanya—, ara tenen fins i tot la possibilitat d'imitar-la. A la Sala Carnegie del barcelonès carrer de Llúria, que era tinguda pel temple del sentit pràctic nord-americà, ara, amb gran sorpresa dels qui recorden l'atac per traïció de Pearl Harbor, s'hi acaben de fer uns cursets sobre «*Com ho ha de fer per manar a la japonesa*».

Agafen l'ona

Els catalans, especialment els de Barcelona, viuen un moment d'autèntic postmodernisme econòmic; és a dir, una situació en què preval el principi de *¡Campi qui pugui!* La improvisació i el desconcert semblen ser

una Yashika, o una Kowa, amb objectiu Seiko, o una Mamiya. Els apotecaris o farmacèutics fan «vagues a la japonesa». La mateixa TV3 seguirà funcionant l'any vinent, gràcies, en part, a un crèdit japonès, i si es fa el polèmic transvassament d'aigües del riu Ebre vers l'àrea industrialitzada i contaminada de Tarragona serà gràcies als *yens* del Mitsui Bank.

Hi hagué un temps en què els fills de la burgesia i de la menestralia catalanes tenien fama de viatjants de comerç, representant, naturalment, productes catalans de Terrassa, Sabadell, Reus o Igualada, o Olot. Ara les coses s'han capgirat, i cada vegada hi ha més catalans que representen interessos japonesos o són llogats per les multinacionals amb seu a Tòquio. Un cas ben representatiu és en Manuel Trias de Bes, membre d'una de les sagues barcelonines de més renom, que és el delegat a Madrid d'un banc de la capital japonesa: el Kenichi Naito.

El conseller i la japonesa

En el món de les computadores (vulgarment i erròniament anomenades *ordinadors*, perquè són màquines que computen i no pas que fan ordinations), no tots els que s'han comprat una JVC per a portar la comptabilitat saben que és de fabricació japonesa. JVC és comercialitzada en terres catalanes per l'empresa EURE,

SA, que té representacions a Sant Cugat del Vallès (comarca del Vallès) i a València.

Els nipons són presents en moltes altres àrees industrials, i més que ho seran gràcies al suport declarat de Joan Hortalà, conseller d'Indústria de la Generalitat de Catalunya. En efecte, les facilitats ja no poden ser més grosses. Al bell mig de l'avingu-

delegat de qualsevol corporació japonesa serà atès reverencialment per una esotèrica senyoreta d'ulls bridats, que és, naturalment, japonesa.

¿Un Pearl Harbor econòmic?

Les inversions nipones a Catalunya s'acosten als 200 milions de dòlars, i



Representants japonesos discutint amb Gastó Thorn, de la CEE.

da Diagonal de Barcelona, l'artèria selecta de la capital, la Conselleria d'Indústria ha obert una luxosa oficina informativa destinada, sobretot, a captar capital japonès. El centre rep el nom esotèric de CIDEM, és a dir Centre d'Informació i Desenvolupament Empresarial, i allà qualsevol

constitueixen la més grossa inversió japonesa de tot Europa. L'àrea catalana esdevé, d'aquesta manera, la plataforma de penetració nipona a l'Europa comunitària, cosa que, sens dubte, deu fer ampliar el somriure impenetrable dels fills de l'Imperi del Sol Ixent, però que comença a esverrar alguns europeus.

Un dels problemes econòmics de l'Europa comunitària és justament trobar la manera d'aturar els peus de la penetració nipona, perquè està fent una competència molt forta als productes europeus i, en canvi, Tòquio es defensa amb les ungles quan els europeus intenten d'exportar al mercat japonès. En aquest sentit, les facilitats trobades a Catalunya, que semblen ser força indiscriminades i una mica exagerades, preocupen els directius de les grans cases europees. I si es compara l'alegria amb què les repúbliques centramericanes s'han abandonat al *big brother*, el germà gran del nord, amb el resultat conegut de tothom, les extraordinàries facilitats donades pels capitalistes catalans als japonesos semblen més aviat irreflexives.

El Japó té al voltant de 118 milions d'habitants, però les seves importacions són inferiors a les que fa Suïssa, els habitants de la qual no arriben als 6 milions i mig. El Japó s'està convertint en un estat autàrquic, econòmicament parlant, i comercialment

Principals empreses japoneses establides el Principat de Catalunya

Empresa (1)	Lloc on és instal·lada	Productes que fabrica
YOSHIDA NISSAN («Motor Iberica»)	Tortosa (Ribera d'Ebre) Montcada i Reixac (Vallès)	Cremalleres Cotxes («Nissan-Patrol» i altres)
YAMAHA («Samsa») MATSUSHITA	Barcelona Girona	Motos Electrodomestics alta fidelitat
SONY	Pare del Vallès (Vallès)	Vídeos «Betamax» Televisors
OTSUKA («Laboratoris Miquel»)	Barcelona	Medicaments
ASAHI («CELO»: «Companya Espanyola per a la Fabricació Mecànica del Vidre»)	Sant Adrià del Besòs (Barcelonès)	Vidre
SINOR-KAO KANAFLEX	Mollet del Vallès (Vallès) Barcelona	Productes químics Mànegues de plàstic

Nota (1): a la segona ratlla, entre parèntesi, el nom amb que opera a la península Ibèrica, o bé el nom de l'empresa originàriament catalana i ara amb capital majoritari japonès.



tano



tano



tano



tano



tano



tano

GANDIA



Fàbrica Honda-Montesa, a Sant Joan d'Espí.

agressiu. Les seves estratègies, com la de Pearl Harbor, són sorprenents. La Comunitat Europea, per exemple, creia, l'any 1983, que Tòquio compraria l'Airbus —un avió comercial europeu—, després d'haver-ho donat a entendre. Però, arribada l'hora de la veritat, va fer la compra d'uns quants *Boings* als Estats Units.

—«Això ha estat una bufetada comercial»—, va comentar un dirigent de la Comunitat de Brussel·les.

Els lligams que la multinacional nipona HONDA està establint amb la britànica Austin-Rover han estat qualificats d'una «traïció a tota la Comunitat Europea» per més d'un fabricant de cotxes europeu, i a la premsa de Pirineus en amunt sovintegen els avisos que cal anar amb compte amb l'expansió nipona a la vella Europa.

Itàlia, França i Alemanya occidental han signat acords bilaterals per limitar les importacions japoneses, i veuen de molt mal ull l'estratagema de la multinacional NISSAN, que podrà saltar-se les barreres protocolàries i fer passar per europeus les furgonetes que està muntant a la seva factoria de Montcada i Reixac, i que l'any que ve faran la travessa silenciosa dels Pirineus i en pocs dies envairan Europa central. Per cert, les noves furgonetes que ja estan eixint de Montcada i Reixac porten la marca nipona discretament camuflada; el nom que ressalta més és el de *Vanette*, un mot que són a fonètica francesa, però que en realitat és inventat de cap a peus; es tracta d'un híbrid format amb el mot anglès *van* (carro, furgoneta) i d'un sufix suposadament francès. Aquest intel·ligent camuflament fa pensar en els sedosos mèto-

des de persuasió de la publicitat japonesa, ben allunyada de la nord-americana.

L'estratagema del «Kanjo»

Mentre que els americans fan entrar pels ulls el sistema del *jove-executiu-agressiu*, els japonesos suggereixen sentiments i sensacions agradables, com ara la vista d'una fulla morta que cau de l'arbre a poc a poc davant la cambra on, suposadament, prenem el te. És la tècnica d'aplicació del *kanjo* (sensacions, sentiments delicats) a l'altrament brutal lluita comercial cos a cos. Una vegada heu estat transportats per les delícies del *kanjo*, ja no cal que el samurai usi les arts marcial. Malgrat que la delicadesa oriental és prou reconeguda, no manquen els observadors occidentals que miren amb recança un país on han germinat fanatismes i autocràcies i brutalitats imperialistes; i pocs són els occidentals que coneixen allò que hi pot haver darrere la fesomia somrient d'un fill del Sol Ixent.

A començaments de la present centúria, escrivia un autor japonès, Okakura-Kakuzo:

«El segle s'hauria estalviat una guerra horrorosament sanguinària si Rússia hagués condescendit a comprendre millor el Japó. ¡Quines conseqüències terribles per a la Humanitat comporta la ignorància respectiva en què viu dels problemes orientals! L'imperialisme europeu, que no vacil·la a llançar el crit absurd del perill groc, no imagina que l'Àsia pugui un dia penetrar el sentit cruel del desastre blanc... L'home blanc s'ha burlat de la nostra religió i de la nostra moral, però ha acceptat sense vacil·lar el beuratge daurat (el te)».