

Tesi

IL SEGRETO DEL POP NIPPONICO: CREA FANTASIE E CI FA UGUALI

di MARCO DEL CORONA

Stiamo vivendo un nuovo giapponismo. Quello della globalizzazione di manga e anime, di videogame e narrativa nipponica: la condivisione di un immaginario universale. Ma rispetto alla fascinazione orientalista che investì l'Occidente fra Ottocento e Novecento — con felicissimi esiti, da Van Gogh e Klimt alla pucciniana *Madama Butterfly*, per dire — la versione di oggi mostra ben altri caratteri: lunga incubazione, decorso lunghissimo, in apparenza infinito.

Per trovarne le radici si possono seguire varie tracce. Una conduce a Kosuga Metsuzo. Che nella Tokyo postbellica riprese a fabbricare giocattoli, come faceva prima della guerra, usando il metallo delle lattine prese fuori dagli alloggi delle truppe americane d'occupazione. Con mezzi di fortuna realizzò riproduzioni delle jeep statunitensi ed ebbe successo. E Kosuga si muoveva inconsapevolmente in

uno spazio ambiguo: vendeva ai figli di una nazione umiliata dalla sconfitta le icone della presenza straniera e gratificava i vincitori ricavandone profitto. La conciliazione degli opposti.

Alla storia di Kosuga fa riferimento

Matt Alt che alla nippomania ha dedicato *Pop*. Come la cultura giapponese ha conquistato il mondo (prefazione di Vincenzo Filosa, traduzione di Simone Roberto, *Add*, pp. 431, € 22). Se dalle macchinine d'alluminio del 1945 siamo arrivati a quella che il saggista (e operatore culturale) definisce la «videogamificazione» del nostro tempo, è perché ogni tappa successiva ha comportato una svolta nei costumi e nei consumi. Nel 1957, soltanto 5 anni dopo la fine dell'occupazione, la radio-lina a transistor Tr-63 della Sony fu negli Usa il regalo natalizio di maggior successo; 40 anni più tardi (1997), il gioco *Final Fantasy VII*, forte di un lancio commerciale da 30 milioni di dollari, vendette in tre mesi un milione di copie: fu il primo videogame tridimen-

sionale e costituisce la premessa di un universo ludico che ci avvolge tutti.

Alt non esaurisce l'analisi del perché la seduzione pop della produzione culturale e dell'intrattenimento del Giappone abbia attecchito così in profondità ovunque. Il libro però suggerisce alcuni spunti efficaci. Quelli che l'arcipelago produce sono «congegni trasmetti-fantasie». Non è un caso che il «decennio perduto» (gli anni Novanta segnati dalla crisi post-bolla speculativa) siano quelli in cui l'industria dei videogiochi «crebbe fino a dominare l'immaginario della gioventù globale»: ovvero, proprio quando «il potere finanziario del Paese tramontò, la sua influenza culturale esplose». La convinzione di Alt, tuttavia, è che non si tratti di un meccanismo di colonizzazione culturale: «Il Giappone non è più in anticipo» ma «siamo noi, nel resto del mondo industrializzato, ad averlo infine raggiunto» e, «invece di mescolare le nostre realtà con la fantasia, stiamo sempre più eliminando la differenza». Abbiamo dunque appreso un idioma comune. E un idioma comune è sempre meglio di qualunque distanza.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

