

Le città visibili

Il Giappone è qui, dagli onigiri ai libri il paese che affascina

di Francesco Guglieri

Il privilegio di una rubrica impone sempre una scelta: deciderò di parlare di un certo argomento per dividerlo così con più persone possibili, o me lo terrò gelosamente per me? Credo che Kokoroya sia uno dei segreti meglio conservati di questa città, almeno questa è l'impressione ogni volta che ci vado: forse non è così segreta, ma ogni volta che entro in questa minuscola gastronomia giapponese con cucina in via Piave, poco distante dal Polo del Novecento, mi sembra di essere volato di colpo nel cuore di Shinjuku, uno dei quartieri più celebri di Tokyo, a sorbire ramen accanto ai salaryman, gli impiegati giapponesi,

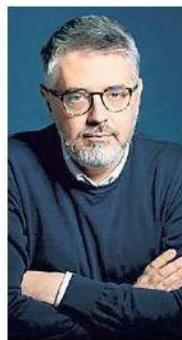
appena usciti dai loro uffici. Pochi metri quadri, da una parte una mensola su cui si accomodano i cinque coperti, dall'altra gli scaffali dove trovare cibo e oggetti importati dal Giappone: snack dai gusti imprevedibili, astucci di Doraemon, noccioline al wasabi, sakè. La cucina (i ristoratori sono una coppia, lei giapponese ai fornelli, lui italiano accoglie i clienti) è deliziosa, la scelta ampia, ma soprattutto trasmette una sensazione fortissima di autenticità, di domestica, ma per noi esotica, quotidianità. Come mai il Giappone non smette di affascinarci, anche il più quotidiano? Me lo chiedevo pochi giorni fa, addentando un onigiri, le

tipiche polpette di riso triangolari che abbiamo visto divorate da tanti personaggi dei cartoni animati, e leggendo un libro che si fa la stessa domanda (e dandoci più di una risposta). Si intitola Pop. Come la cultura giapponese ha conquistato il mondo, l'ha pubblicato una delle più vivaci e interessanti case editrici torinesi, **add editore**, ed è davvero preziosissimo per prendere le misure di un fenomeno che non è più etichettabile come moda. Raccontare la cultura pop giapponese vuol dire non solo raccontare un paese passato dalle rovine di una guerra persa alla rinascita prima attraverso la produzione di oggetti

(dai giocattoli di latta al walkman, dal VHS alle calcolatrici e così via) poi attraverso l'esportazione di un

immaginario globale fatto di anime, manga, videogiochi; ma vuol dire raccontare la nostra cultura, tanto ormai è diffusa e pervasivo l'immaginario nipponico. Solo due settimane fa il libro più venduto in Italia era appunto un manga. Per chi oggi in Italia ha meno di quarantacinque anni, il Giappone è quello che sono stati gli Usa per la generazione precedente: il paese da cui arrivano le storie, i personaggi, il modo di immaginare il mondo. E di mangiarlo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



▲ **Francesco Guglieri**
Scrittore
e editor
di narrativa
per Einaudi

