



I Jap si divertono così

Dal Giappone tendenze hitech e stravaganze. Con qualche precauzione per l'uso...

Umberto Torelli

Suggestiva vista dall'alto dei grattacieli di Tokyo

Zatteroni vertiginosi, calzerotti dai colori sgargianti, vestiti con pizzi e merletti. E poi facce supertruccate, capelli dalle tonalità più impensabili e perenni borse e borsette tra le mani. Il tutto condito da una camminata saltellante, non proprio da top model. Benvenuti nel variegato mondo di Shibuya. Centro nevalgico delle stravaganze e mode di Tokyo. Qui in fatto di cult e comportamento vale tutto e il contrario di tutto. Ma una sola cosa conta, appartenere a una delle tribù metropolitane che popolano un'area grande come una nostra

città di provincia. Ogni pezzetto di strada e stradina che si snodano attorno rappresenta una precisa tendenza. Nei negozi del singolo "territorio" si trovano vestiti, scarpe e chincaglierie che caratterizzano i soli ragazzi di quella tribù. Gli altri sono out. Per l'occidentale il primo approccio è scioccante. L'impressione è quella di un circo a cielo aperto, un immenso caravan serraglio, in cui attori e spettatori si amalgamano per formare un fiume umano riversato per strada. In questa bolgia dantesca a farla da padrone è sua maestà il telefonino.



fatto di acquisti. Raggiungerlo via email con pubblicità personalizzata. E infine, fornirgli uno strumento di identità elettronica per effettuare via Internet pagamenti sicuri. Ecco come viene utilizzato dai teenager di Shibuya il cellulare. Dall'alto un satellite, sfruttando il segnale Gps del cellulare, localizza chi cammina sulla *Omotesando* (la nostra via Montena-poleone) con la precisione di un metro. Comunica la posizione a un sofisticato computer centrale, dove sono memorizzati i dati degli acquisti fatti in precedenza. Con indicazioni sui gusti personali, abbigliamento, cibo, bevande e gadget. Informazioni ricavate anche dalle fidelizzazioni con negozi delle grande distribuzio-

Lo shopping a Tokyo è un must per i giovani. I centri commerciali sono ovunque, immensi, aperti tutti i giorni e offrono di tutto. La più alta concentrazione si trova nei quartieri di Shibuya, Shinjuku, Ikebukuro, Ginza, Ueno e Nihonbashi. Per l'acquisto di articoli elettronici a buon prezzo esenti da tasse la zona più indicata è Akihabara. Mentre, per griffe e stravaganze all'ultima moda i rioni da battere sono Shibuya e Ginza. Sotto, la tecnologia è un compagno nella vita quotidiana dei tokyoti, e un modus vivendi per i più giovani

Si il nostro caro cellulare che qui in Giappone, regna sovrano. Per comunicare, fare karaoke, giocare, guardare la Tv, scambiarsi Sms, videomessaggi con tanto di clip e musica. Ma non solo. Ecco a voi le tendenze del Sol Levante.

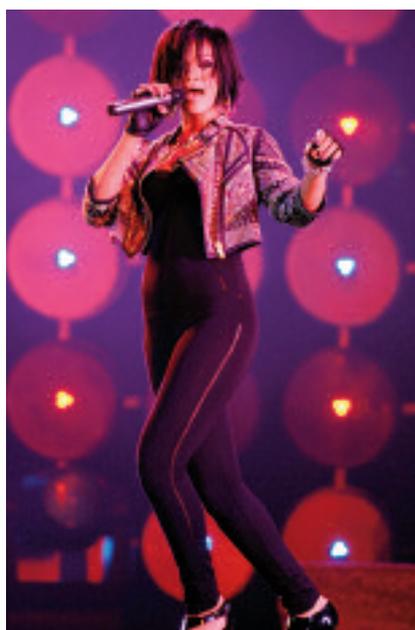
Le tribù tecnodipendenti del Sol Levante

L'ultima novità in fatto di "mobile phone" riguarda i cosiddetti servizi di infomobilità. In pratica si tratta di localizzare l'utente grazie al sistema Gps. Per conoscerne i suoi gusti in





Quartieri futuristici alla Blade Runner e templi antichi che evocano le atmosfere dell'antica capitale Edo: Tokyo è un crogiuolo di contraddizioni ma anche di stimoli creativi. Qui sono nate le Harajuku Girls, le trasgressive teen-agers del quartiere Harajuku che trascorrono i weekend a passeggiare sulla Omotesando, a mangiare crêpes dolci, sfoggiando look improbabili: un mix di geisha, scolaretta-lolita, regina punk e neohippy



ne e da operazioni marketing. Così quando, l'appartenente a una tribù metropolitana, cammina vicino a un negozio di borse o scarpe di suo gradimento, squillerà il suo cellulare. E sullo schermo appariranno i saldi disponibili, i nuovi articoli in arrivo e le occasioni della settimana. A questo punto basta un clic sul piccolo mouse del telefonino per prenotare gli acquisti via email, indicando al negoziante le modalità di consegna. Il pagamento viene effettuato direttamente via cellulare, trasformato in credit-card.

Non solo. Il satellite indica gli amici della tribù che si trovano in zona. E allora può scattare un gioco di caccia al tesoro, per stabilire un incontro al bar "dell'angolo" e nei negozi



per lo shopping. In uno dei 90 mila posti che sfruttano le nuove forme di advertising online. Il cyber-universo dell'Osai-fu-Keitai. Il sistema di m.commerce, il commercio via telefonino, abilitato come borsellino elettronico.

A Tokyo il cellulare resta acceso 24 ore su 24. È l'amico fedele che inizia a tenere compagnia dalla sveglia mattutina. Ad esempio, i giovani che vanno in palestra, entrano identificandosi con il telefonino trasformato in badge di controllo. E una volta entrati, sullo schermo delle gymn-machine appare un personal trainer virtuale che spiega quali esercizi fisici devono essere svolti per completare il programma giornaliero. Tutto a tempo di musica ascoltata con cuffiette collegate al telefonino, che svolge anche le funzioni di un iPod.

Un net café per hotel

Il Giappone, si sa, è la patria del

piccolo. Tutto viene miniaturizzato. E tra le stranezze, che destano incredulità per noi occidentali, ci sono i "capsule hotel". A progettarli negli anni '70 è stato l'architetto Kurokawa Kisho. Si tratta di cubicoli (meglio dire loculi) in plastica lunghi 2 metri e larghi 1,5. In origine erano pensati per gli uomini di affari che perdono l'ultimo treno serale per tornare a casa. Ecco spiegato perché si trovano nelle vicinanze delle stazioni di Umeda a Osaka e Shinjuku



a Tokyo. L'importante è non soffrire di claustrofobia (vietato anche essere grassi). Perché si entra rigorosamente accucciati e una volta all'interno non si può stare in piedi. Però ci sono tutte le comodità: televisione, musica, aria condizionata e sveglia. Tutto azionato da un piccolo pannello di controllo. Esistono "capsule hotel" con oltre 600 "cucchette" disposte su tre livelli. I bagni sono comuni, nei corridoi si trovano distributori automatici di bibite, zuppe calde e sigarette. I più lussuosi prevedono docce e sauna. Il prezzo parte da 4000 yen (circa 25 euro), incluso spazzolino da denti, sapone, dopo-

Fotonotizie cult da Sol Levante



GABINETTO

Una delle grandi stravaganze per noi occidentali. La tazza, riscaldata, prevede alla destra una serie di comandi elettronici per schizzare acqua tiepida dopo "i bisogni", risciacquare e asciugare le pudenda. Mai

azionare la tastiera senza essere seduti: la doccia in faccia è assicurata.

GATTI & TECNOGATTI

A Tokyo e dintorni cani e gatti "veri" sono un lusso. Un gattino costa almeno 1000 euro. Ecco allora il surrogato, questo tecnogatto che miagola, muove le zampe e si fa accarezzare. Non mangia e non sporca. Molto apprezzato per la compagnia degli anziani



che lo tengono sulle ginocchia.



GEISHA

Da non confondere assolutamente con prostituta. Secondo l'antica tradizione giapponese il suo compito è quello di intrattenere l'ospite, servendolo a tavola, conversando e nel caso danzando. Il prezzo parte da qualche centinaio di euro (a sera) e sale secondo rango ed esperienza.

HITECH

Akihabara è un'intera area di Tokyo con centinaia di negozi dedicati interamente a prodotti hitech. Si trovano il meglio e le ultime novità. I prezzi sono esposti in bella vista, non si contratta su nulla. Per i turisti muniti di passaporto è previsto il rimborso di parte delle tasse.



MANGA, ANIME E FETISH

A Giza, nel cuore della città, esistono bokstore dedicati interamente a questi fumetti cult. Si consultano gratis per ore e ore. Non esistono riviste porno, però ci sono negozi in cui acquistare le "mutandine" indossate dalle ragazze liceali e vendute sotto vuoto. Dicono da "sniffare".

PACHINKO

Una specie di flipper verticale. Dietro a un vetro protettivo sono conficcati centinaia di chiodini. Le palline in acciaio cadono dall'alto e seguono un percorso casuale prima di finire nelle buche inferiori. Ognuna ha un punteggio. Alienante e rumorosissimo, ma i jap si divertono così.



TUNA ROOM

Chi va in Giappone deve visitare il mercato del pesce di Tokyo. Apre alle 4 di mattina. Il pezzo forte è la tuna room. La stanza dove vengono battuti all'asta centinaia di tonni. Alle 6 finisce. Obbligatorio andare a uno dei tanti sushi bar del mercato, per una buona colazione mattutina di pesce fresco.





Sopra il sushi, piatto tipico del Sol Levante che la tradizione vuole si consumi in un sol boccone, dopo averlo intinto nella salsa di soia. A Tokyo, uno dei ristoranti più rinomati è il Tsukiji Sushi Sen, nel quartiere di Asakusa. Qui il pesce è freschissimo e proviene dal gigantesco mercato del pesce di Tsukiji; a lato, due stravanti Harajuku Girls



barba e salviettine detergenti. C'è però chi non si può permettere neanche questo. Sono la nuova schiera dei cyber-barboni. Home-less che hanno perduto il lavoro, considerato qui un grande disonore. Ebbene a Tokyo se ne contano oltre 50 mila e di notte si rifugiano nei net-café, sempre aperti. Affittano per 100 Yen all'ora (60 centesimi di euro) una postazione Internet e poi dormono con le gambe stese sotto il tavolo del Pc. Il cuscino? Una vecchia borsa o una busta di plastica riempita di giornali.

Hikikomori Un tarlo sociale in crescita

Attenzione però. Questa scorpacciata di tecnologia, unita allo stile di vita giapponese e ai contrasti tra vecchia generazione conservatrice e tendenze ribelli dei ragazzi, accentuano il fenomeno dell'hikikomori. Peraltro non nuovo a Tokyo e dintorni. È di fatto una forma di isolamen-



to sociale, che porta i giovani a chiudersi nelle loro anguste camerette per lunghi periodi. Durante l'auto-sequestro forzato (c'è chi è rimasto per qualche anno), non escono. L'hikikomori smette perciò di andare a scuola, rifiuta di parlare con il mondo esterno e i genitori passano il cibo per sopravvivere dalla porta. Qualcuno sceglie di uscire per pochi minuti a notte fonda, quando è sicuro di non incontrare nessuno e fa la spesa ai distributori automatici di cibo e bevande. Per tutto il resto della giornata il tempo passato al computer per navigare su Internet, davanti ai videogame, oppure sdraiati sul letto a fantasticare nel mondo di Manga e Anime. L'isolamento, per il tradizionale senso di onore familiare giapponese, viene accettato dai genitori che ne diventano complici. Secondo una stima del Ministero della Sanità nipponico circa il 20% dei giovani (in maggioranza maschi) soffre di forme più o meno gravi di hikikomori. Così una possibile evasione, per non cadere in trappola, può essere l'appartenenza a una tribù metropolitana. Benvengano allora zatteroni, capelli colorati e vestiti col pizzetto. □