

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

TESI DI LAUREA TRIENNALE

DIPARTIMENTO DEI BENI CULTURALI: ARCHEOLOGIA, STORIA
DELL'ARTE, DEL CINEMA E DELLA MUSICA

CORSO DI LAUREA IN DISCIPLINE DELLE ARTI, DELLA MUSICA E DELLO
SPETTACOLO

IL PAESAGGIO ITALIANO NELLA SERIE ANIMATA
LE BIZZARRE AVVENTURE DI JOJO

Relatrice

Prof.ssa Giulia Lavarone

Laureando

Alberto Gola

Matricola 2005271

Anno Accademico 2023/2024

Indice

Introduzione	1
1. Dentro e fuori dal Giappone: il successo e l'influenza degli anime sul grande pubblico	4
1.1. L'adattamento del manga in serie animata come pratica ricorrente	4
1.2. Ricezione e distribuzione dell'animazione giapponese in Occidente	11
1.3. Cool Japan, media mix, cultura database e influenze transnazionali	19
1.4. Il fandom in movimento: turisti, pellegrini e <i>otaku</i>	23
2. L'Italia e <i>Le bizzarre avventure di JoJo</i>	30
2.1. Introduzione al manga	30
2.2. La fascinazione per l'Italia in Giappone	33
2.3. Rappresentazione del paesaggio italiano nella serie	35
2.3.1. Premessa	35
2.3.2. Monumenti e urbanistica	37
2.3.3. Stazioni e trasporti	54
2.3.4. Paesaggi naturali	58
2.4. Fenomeni turistici connessi alla serie	60
Bibliografia	65
Filmografia	70

Introduzione

Il presente elaborato analizza il rapporto con il paesaggio italiano di *Le bizzarre avventure di JoJo*, una serie animata giapponese, trasposizione dell'omonimo manga costituito da diversi archi narrativi. Il lavoro offre una visione generale sulla serialità animata nipponica, enfatizzando particolarmente la storia produttiva degli anime in Giappone e il loro stretto rapporto con i manga; inoltre, vengono sondati i numerosi legami che l'animazione giapponese ha creato con l'Occidente (e in particolar modo con l'Italia), esplorando la ricezione di tali produzioni nel mondo esterno all'arcipelago, le influenze di questa ricezione sugli spettatori e alcuni dei fenomeni comportamentali sviluppati dai fruitori dei prodotti animati. Chiamando in causa i rapporti tra media e le iniziative dei fan, si vuole indagare sul ruolo che l'animazione può rivestire nell'essere mediatrice di uno sguardo rivolto verso culture molto diverse tra loro, ovvero quella giapponese e italiana, e come, riferendosi soprattutto a *Le bizzarre avventure di JoJo*, questi prodotti creino nel settore del turismo dei pellegrinaggi verso le location del Bel Paese.

Risulta evidente che per trattare al meglio i due oggetti d'interesse, ovvero il paesaggio italiano e *Le bizzarre avventure di JoJo*, questo lavoro raccoglie numerosi argomenti paralleli alla ricerca vera e propria, tuttavia necessari per rendere il più chiaro possibile il contenuto presentato. Pertanto, si è optato per suddividere la tesi in due distinti capitoli.

Non essendo consigliabile approcciarsi all'analisi di un oggetto di ricerca, sia esso un'opera multimediale o meno, senza inscrivere nel contesto storico e produttivo in cui tale oggetto nasce, il primo capitolo espone i rapporti che intercorrono tra i linguaggi dell'animazione e dei manga nei percorsi della storia dell'animazione nipponica, a partire dai termini con cui essi vengono indicati, ovvero 'manga' e 'anime'. La serialità animata viene poi analizzata all'interno del suo specifico contesto produttivo, partendo quindi dai primi esempi televisivi degli anni Sessanta, proseguendo poi con le produzioni *mecha robot*, gli adattamenti di varie opere letterarie nelle serie del *World Masterpiece Theater* popolari tra gli anni Settanta e Ottanta, l'emergere del mercato home video, lo stravolgimento formale e tematico degli anni Novanta portato avanti dalla Nuova Animazione Seriale, fino all'avvento di Internet e dei circuiti produttivi ad esso associati.

Successivamente, il discorso si sposta sull'esordio commerciale dell'animazione giapponese in Occidente, descrivendo la grande stagione dell'*anime boom*, la distribuzione delle serie tv e dei film e le co-produzioni tra Europa e Giappone; parallelamente, si mettono a fuoco le politiche attuate dal Giappone nel XXI secolo per favorire la divulgazione della propria cultura attraverso i prodotti di massa (manga, anime, romanzi e film live-action), sottolineando le progressive aperture dell'arcipelago a nuove culture e linguaggi artistici. Infine, si vuole offrire uno sguardo sulle iniziative del pubblico che intraprende itinerari turistici progettati a partire dalle location viste in un anime, enucleando le attitudini dei fan e tra i fan nei luoghi visitati. A legare complessivamente il capitolo è la ricerca sull'estetica e sulle peculiarità del linguaggio degli anime percepite in Giappone e in Occidente (e in particolare in Italia), indagate parallelamente allo sviluppo della subcultura *otaku*, progressivamente rivalutata in patria e sempre più centrale nell'immaginario connesso alla cultura nipponica.

Il secondo capitolo entra nello specifico caso di *Le bizzarre avventure di JoJo*, riassumendo brevemente la struttura narrativa di una selezione delle parti costituenti l'opera, elencando i vari adattamenti che nei decenni si sono susseguiti e chiarendo alcuni aspetti utili per i successivi riferimenti, quali i nomi di determinati personaggi e le loro capacità. Per poter meglio comprendere l'influenza dell'Italia nella cultura nipponica viene segnalata l'attrattiva per il *made in Italy*, presente nel paese a partire dalla fine del XX secolo, specificando l'eurocentrismo insito nei termini 'orientale' e 'occidentale', frequentemente utilizzati per definire le differenze (e le somiglianze) tra le due culture, e sondando parallelamente la complessa identità del popolo giapponese.

Il capitolo tratta dell'analisi paesaggistica vera e propria, considerando il 'paesaggio' come l'aspetto con cui si presenta una parte di un territorio abbracciato da uno sguardo da un determinato punto di osservazione, ma anche tenendo presente l'immaginario connesso all'Italia, il quale emerge frequentemente nelle battute e nei rimandi estetici alla moda italiana.

Il discorso sulla rappresentazione delle location si delinea poi in tre distinte sezioni: la prima si focalizza sulle città di Venezia, Roma e Napoli, già metà delle numerose personalità succedutesi nel tradizionale percorso del Grand Tour, elencando le località di importanza storica rappresentate ma anche sottolineando la relazione tra scorci urbani del vedutismo settecentesco e le 'cartoline' statiche fatte apparire frequentemente negli anime. La seconda sezione è dedicata alle location legate al mondo dei trasporti. Qui si puntualizza su come alcuni particolari vengano rappresentati pedissequamente copiando dalla realtà e come invece altre inquadrature presentino delle ibridazioni formali e geografiche. L'ultima sezione presenta infine le località lasciate maggiormente allo stato naturale, discostandosi dall'idea di bellezza legata al mondo urbano. Nelle varie parti vengono riportate alcune delle battute dei personaggi riguardanti il paesaggio o comunque gli stereotipi

ricorrenti sulla cultura italiana e si fa uso di immagini per illustrare al meglio le somiglianze e le differenze tra la realtà, il manga e la serie anime. In conclusione, si prendono in esame alcuni esempi di iniziative volte alla promozione di *Le bizzarre avventure di JoJo* in ambito turistico, analizzando alcuni comportamenti dei fan in visita alle location della penisola e un tour tematico organizzato in Italia.

Le fonti utilizzate sono suddivisibili in cinque sezioni principali: la prima raccoglie vari manuali e gli articoli riguardanti la storia del cinema d'animazione giapponese e la storia dell'animazione in generale, includendo anche alcuni testi riguardanti lo scenario contemporaneo degli studi di settore. La seconda contiene materiali relativi al turismo, al cineturismo e in generale alle influenze socioculturali tra Oriente e Occidente, mentre la terza comprende alcuni siti e i post degli utenti sempre riguardanti il turismo e la serie. La quarta raccoglie i testi relativi alle peculiarità della cultura di massa giapponese, soprattutto riguardanti i linguaggi dei manga e del cinema live-action ma presenta anche articoli legati a *Le bizzarre avventure di JoJo*; i vari archi narrativi del manga sono elencati nella quinta sezione della bibliografia (le stagioni dell'anime sono invece riportate nella filmografia in calce). Le immagini relative alle inquadrature presenti nella tesi sono tratte direttamente dalla serie; tutte le altre provengono da siti internet realizzati dai fan, dai loro post su X (Twitter) e Reddit e da siti e articoli sulla promozione turistica dei paesaggi rappresentati. Si segnala inoltre che i nomi giapponesi di persona sono indicati secondo l'uso nipponico, scrivendo quindi prima il cognome e poi il nome.

1. Dentro e fuori dal Giappone: il successo e l'influenza degli anime sul grande pubblico

1.1. L'adattamento del manga in serie animata come pratica ricorrente

Al successo di un manga spesso può conseguire la trasposizione filmica o in serie animata più o meno fedele rispetto alle scelte narrative e stilistiche autoriali di partenza. Ciò rappresenta un processo produttivo molto frequente in Giappone, tanto da essere uno dei principali *modus operandi* degli studi di animazione:

Due furono le traiettorie principali seguite dagli *studios* d'animazione per emergere e/o per sopravvivere, fin dagli anni sessanta. La prima fu adottare uno stile, o una famiglia di stili, riconoscibile, magari affidandosi a uno o più registi e animatori di particolare talento. La seconda fu assecondare il più possibile i gusti del pubblico più vasto adattando un manga o un romanzo (o altre forme, come un videogioco) particolarmente popolare, puntellando la trama con spettacolari tecniche animate e/o progettando iniziative di sfruttamento commerciale multimediale.¹

È interessante osservare come queste tendenze in Giappone si delineano già dal secondo dopoguerra e parallelamente alla parola 'anime': apparso nei primi anni Sessanta prevalentemente tra gli addetti ai lavori e successivamente diffuso nel grande pubblico, il termine (contrazione della traslitterazione in giapponese di *animation*)² indica sia l'animazione in ogni sua forma sia solamente l'animazione giapponese e la sua industria, un "gigante" spesso capace di nascondere le produzioni indipendenti.³ Il primo significato ha un utilizzo ascrivibile al solo arcipelago nipponico, entro cui si può intendere sia come animazione televisiva dalle tecniche limitate sia come *cel animation*, l'animazione dalle tecniche tradizionali (in questo caso il termine è inclusivo delle animazioni più elaborate, realizzate per il cinema);⁴ la seconda definizione di 'anime', come si intende nel resto del

¹ Bendazzi, Giannalberto, *Animazione: Una Storia Globale*, Milano: Utet, 2017, vol. II, pp. 337-338.

² Novielli, Maria Roberta, *Animerama. Storia del cinema d'animazione giapponese*, Venezia: Marsilio, 2015, p. 23, nota 8.

³ Bendazzi, Giannalberto, *Animazione: Una Storia Globale*, cit., vol. I, pp. 784-785.

⁴ Berndt, Jaqueline, *Considering Manga Discourse: Location, Ambiguity, Historicity*, in Mark MacWilliams (a cura di), *Japanese Visual Culture*, Armonk, NY: M. E. Sharpe, 2008, p. 310, nota 3.

mondo, ha un'accezione specificatamente giapponese e commerciale, dai bassi costi distributivi e, molto spesso, legata alla serialità e ai manga più venduti.⁵

Meno recente risulta invece il termine legato ai fumetti, 'manga', la cui comparsa è da far risalire al XIX secolo con l'opera in più volumi *Hokusai manga* (1814-1878) del celebre artista Hokusai Katsushika.⁶ Tuttavia, la parola ha conosciuto nel tempo diversi mutamenti, andando a sottolineare il senso satirico delle immagini e soprattutto il loro legame con forme narrative:

Today, the word “manga”, which is used outside Japan to describe “Japanese comics”, primarily means “story-manga”. But this emphasis on narratives was not – as often presumed – inherited from Hokusai’s pictorial encyclopedia *Hokusai manga*. When the encyclopedia’s first volume appeared in 1814, “manga” signified an “entirety of acts by which all sorts of things are drawn in all sorts of styles, and a vast amount of pictures as its result” [...]. But around 1900, the term came to mean “satirical and funny picture” (*fūshi kokkei no ga*), and thus signified a certain style of pictures.⁷

Il manga moderno è suddiviso in vari generi ognuno dei quali è pensato per un pubblico dall'età specifica. Questa organizzazione ha influenzato anche i generi degli anime (tuttavia senza mai avere delle perfette coincidenze):⁸

gli anime di genere *shōnen* (“ragazzo”) sono pensati per adolescenti maschi eterosessuali, circa dai 12 ai 18 anni; vi si troveranno spesso storie avventurose a base di combattimenti, nonché qualche “piccante” situazione comica riguardante i rapporti tra i sessi [...]. Gli *shōjo* (“ragazza”) sono per le adolescenti eterosessuali della stessa fascia d'età: i contenuti hanno frequenti venature romantiche. Esistono poi generi dove il romanticismo è a sfondo omosessuale; e così via. Nulla vieta, naturalmente, che un ragazzo possa appassionarsi a una storia *shōjo*, e viceversa: le “etichette” di genere servono solo a orientare la produzione e la messa in onda, nonché a far avere al pubblico un'idea del tipo di contenuti.⁹

Se i manga hanno poi l'aspetto di narrazioni elaborate, frequentemente realizzate in serie, lo si deve a una forte influenza letteraria e performativa che viene poco considerata dai critici (soprattutto occidentali), favorevoli piuttosto alla sola relazione con la tradizione pittorica in generale o con l'arte grafica giapponese in particolare;¹⁰ una relazione non errata ma insufficiente a spiegare la complessità

⁵ G., Sheuo Hui, *To be or Not to Be: The Controversy in Japan over the Anime Label*, in «Animation Studies», 2009, vol. IV, p. 40.

⁶ Novielli, Maria Roberta, *Animerama*. [...], cit., p. 21.

⁷ Berndt, Jaqueline, *Considering Manga Discourse: [...]*, cit., p. 308.

⁸ *Ivi.*, p. 310, nota 4.

⁹ Bellano, Marco, *24 fotogrammi per una storia dell'animazione essenziale ma esaustiva. Manualetto ad uso di studenti e appassionati*, Roma: Dino Audino, 2021, p. 80.

¹⁰ Berndt, Jaqueline, *Considering Manga Discourse: [...]*, cit., pp. 306-307.

del manga in quanto medium espressivo¹¹ poiché, se dal punto di vista visivo le figure richiamano una certa estetica della storia dell'arte nipponica, le tendenze a inquadrare i personaggi in una certa maniera e a realizzare fumetti come prodotti di massa derivano necessariamente da contatti internazionali che il Giappone ha conosciuto tra il XIX e il XX secolo, negli anni della modernizzazione dell'era Meiji (1868-1912), e nella più forte occidentalizzazione del secondo dopoguerra. Pertanto, il manga è da considerarsi un fenomeno saldamente legato alla contemporaneità e a un fondamentale intreccio di influenze:¹²

Manga, in particular, has consistently appropriated such diverse pictorial sources as Chinese ink-painting, European tableau with its central perspective, European caricature, and American superhero comics. After World War II all this was mediated by photography and film. What is globally known today as “manga style” is, in fact, the result of intercultural exchange.¹³

Ciò detto, il rapporto tra fumetto e animazione giapponesi risulta essere complesso perché propone linguaggi differenti, per certi versi inconciliabili, che però coesistono plasmandosi a vicenda (un esempio sintomatico di questo legame può essere una delle definizioni giapponesi di animazione precedenti ad ‘anime’, ovvero *manga eiga*, “film di manga”).¹⁴ Nonostante le differenze poste alle origini dei due linguaggi, molti manga vengono adattati in forme animate da decenni, spesso (ma non sempre) dagli stessi autori ideatori dei fumetti.

L'esempio principale di questa tendenza è la trasposizione in forma seriale animata: già negli anni Sessanta essa va a definire un modello produttivo per l'industria televisiva, ovvero la trasmissione settimanale di episodi con una durata di trenta minuti l'uno,¹⁵ un format storicamente fatto risalire ad uno dei più influenti fumettisti a livello nazionale e internazionale, Tezuka Osamu con la serie *Astro Boy* (*Tetsuwan Atomu*, Mushi Production, 1963-1966) trasposizione dell'omonima opera a fumetti dello stesso autore. Tale organizzazione conobbe molta fortuna, tanto da perdurare per decenni senza subire variazioni significative. Del resto, in questa fase gli anime si presentano come prodotti industriali, fonte di grande profitto economico e molto spesso in mano a imprese pubblicitarie poco inclini al cambiamento. Queste ultime erano infatti favorevoli a una standardizzazione produttiva che, unita alla provenienza eterogenea dei fautori delle serie (spesso slegata dal mondo della regia), contribuisce in parte alla difficoltà nel distinguere «l'animazione

¹¹ *Ivi.*, p. 304.

¹² *Ivi.*, pp. 308-309.

¹³ *Ivi.*, p. 299.

¹⁴ Novielli, Maria Roberta, *Animerama*. [...], cit., p. 23, nota 8.

¹⁵ *Ivi.*, p. 109.

giapponese dalle altre forme di cultura popolare»,¹⁶ facendo dell'animazione uno tra i tanti prodotti relegati al mondo dell'intrattenimento. Tuttavia, l'industria televisiva in cui la serialità degli anime ha i suoi natali non influenza negativamente, semplificandolo, il linguaggio complesso dei manga e soprattutto non impone sempre un modello nelle scelte ideate dai registi. A questi ultimi veniva chiesto di convertire storie narrativamente e stilisticamente innovative in animazione, senza avere delle linee guida prestabilite da una strategia produttiva e dovendo quindi aprirsi alla sperimentazione: quelle che si andavano ad adattare erano «avventure incredibilmente cinetiche, molto ostiche da riprodurre, o meglio “ri-creare”, con regole tutte nuove e vergini per quella terra di confine ancora tutta da esplorare che era il piccolo schermo».¹⁷ Se quindi da un lato è certamente il guadagno economico a guidare il mercato, dall'altro questo mercato esordisce con un coordinamento tra produttori e autori, andando a formare

una vera e propria grammatica di base, di stilemi presi a prestito dal cinema e dalle più diverse arti figurative, al fine di rendere questi prodotti “commerciabili” e “fattibili” sotto il profilo delle spese di produzione, risparmiando il più possibile sui costi, puntando sulla sinteticità del movimento, dell'esserci ‘qui e ‘adesso’, sulla emotività ed epica del movimento e dei visi, con un montaggio alcune volte anche ai limiti del proibito, che solo più avanti verrà (ri)valutato.¹⁸

Enucleati questi presupposti strutturali, tra gli anni Settanta e Ottanta l'adattamento animato conosce diverse direzioni, anche molto diverse tra loro nei temi e nella regia, ma che contribuiscono a dare una distinguibilità identitaria all'animazione giapponese, in un panorama sociale che sempre più chiama tali opere ‘anime’. Tra i vari titoli, *Mazinga Z* (*Majingā Z*, vari registi, Toei Doga, 1972-1974), tratto dal manga di Nagai Gō, introduce tra i primi il tema dei robot dalle grandi dimensioni, estensioni del corpo di giovani piloti chiamati frequentemente a combattere contro entità altrettanto imponenti.¹⁹ Negli anni successivi si assiste alla nascita di molteplici trasposizioni catalogate internazionalmente con il nome di *World Masterpiece Theater*,²⁰ un'etichetta che fino agli anni Novanta raggruppa produzioni animate tratte da romanzi celebri della letteratura d'infanzia occidentale. In questo filone un esempio precursore è rintracciabile in *Heidi* (*Arupusu no shōjo Haiji*, Zuiyo Eizo, 1974), diretto da Takahata Isao, tratto dal libro di Johanna Spyri;²¹ sempre di Takahata sono *Anna dai capelli rossi* (*Akage no An*, Nippon Animation, 1979), adattamento del romanzo di

¹⁶ Bendazzi, Giannalberto, *Animazione: Una Storia Globale*, cit., p. 787.

¹⁷ Fontana, Andrea, Tarò, Davide, *Anime. Storia dell'animazione giapponese 1984-2007*, Piombino: Edizioni Il Foglio, 2007, p. 15.

¹⁸ *Ibidem*.

¹⁹ Novielli, Maria Roberta, *Animerama*. [...], cit., p. 148.

²⁰ Bendazzi, Giannalberto, *Animazione: Una Storia Globale*, cit., p. 812.

²¹ Novielli, Maria Roberta, *Animerama*. [...], cit., p. 191.

Lucy Maud Montgomery²² e Marco, *dagli Appennini alle Ande (Haha o tazunete sanzenri*, Nippon Animation, 1976) tratto da un racconto del libro *Cuore* di Edmondo De Amicis.²³

Successivamente, gli anni Ottanta presentano risvolti più decisivi negli aspetti produttivi e nel pubblico, sempre più diversificato. Infatti, l'arrivo dell'animazione OVA (*original video animation*), prodotti d'animazione esclusivi per il mercato home video, cambia l'assetto generale dell'industria che ora è costretta a modificare il binomio cinema-televisione per integrare le nuove possibilità offerte dalla diffusione massiccia dei videoregistratori.²⁴ L'OVA, data la sua distribuzione più casalinga e "privata" rispetto agli altri circuiti "pubblici", si presta ad una maggiore libertà tematica e rappresenta quindi un'occasione per lo sperimentalismo autoriale.²⁵ A metà del decennio il Giappone vede poi una crisi finanziaria che naturalmente colpisce anche il settore dell'animazione, comportando il troncamento di co-produzioni internazionali e un calo nella distribuzione delle serie in Occidente.²⁶ In aggiunta a tali cambiamenti, nel paese emergono sempre più marcatamente gli *otaku* (letteralmente "casa tua"),²⁷ descrivibili come un gruppo di patiti degli anime e dei linguaggi e temi ad essi collegati, degli «appassionati di vent'anni e passa, quasi sempre maschi, che sarebbero stati presto identificati come una subcultura tipica del Giappone degli anni Ottanta e dei decenni successivi»;²⁸ tali individui proliferano in una generazione di giovani registi rintracciabili nel Daicon Film, un gruppo di universitari di Osaka che propone una nuova tipologia di animazione, tempestata da citazioni che rimandano a significati elitari, prodotta dagli *otaku* e specificatamente pensata per gli *otaku*, per una nicchia nell'insieme generale del pubblico, sempre pronta a comprare e collezionare merce legata ai titoli delle serie preferite.²⁹

Negli anni Novanta questi binari conducono verso un ripensamento radicale della serialità animata. In primo luogo, numerose sono le serie che esplorano le possibilità rappresentate dagli OVA; di particolare interesse in questo percorso è *Le bizzarre avventure di JoJo (JoJo no kimyōna bōken*, studio A.P.P.P., 1993-2002),^{30 31} prima trasposizione animata del manga a cui si farà riferimento nel prossimo capitolo. La regia dei primi sei OVA è di Kitakubo Hiroyuki e il racconto inizia in medias res, trasponendo solo la seconda parte della terza serie del manga (il quinto episodio viene diretto dal

²² Bendazzi, Giannalberto, *Animazione: Una Storia Globale*, cit., p. 812.

²³ *Ivi.*, vol. II, p. 328.

²⁴ Fontana, Andrea, Tarò, Davide, *Anime. [...]*, cit., p. 19.

²⁵ Bendazzi, Giannalberto, *Animazione: Una Storia Globale*, cit., p. 814.

²⁶ *Ivi.*, pp. 814-815.

²⁷ Okamoto, Takeshi, *Otaku tourism and the anime pilgrimage phenomenon in Japan*, in «Japan Forum», vol. 27, n.1, 2015, p. 18.

²⁸ Bendazzi, Giannalberto, *Animazione: Una Storia Globale*, cit., pp. 813-814.

²⁹ *Ibidem.*

³⁰ Novielli, Maria Roberta, *Animerama. [...]*, cit., p. 228.

³¹ Fontana, Andrea, Tarò, Davide, *Anime. [...]*, cit., p. 77.

futuro regista Kon Satoshi);³² nei primi anni Duemila la serie è stata completata con gli episodi che raccontano la prima parte della serie manga.³³ La storia dai toni cupi (enfaticizzata dalle musiche del compositore Marco D'Ambrosio) risulta nella sua prima distribuzione 'spezzata' e con riferimenti frammentati all'opera a fumetti:

Questo rese l'incipit della storia, se possibile, ancora più inquietante, visto che il "riassunto" della prima parte e delle altre due serie veniva presentato come una azzeccata, ma per forza di cose laconica, sigla fatta di ellissi visivo-narrative, dove in maggioranza si vedevano scene di sacrifici umani e la nascita della maschera che poi muterà irrimediabilmente secoli dopo il ragazzo Dio Brando, nemesi dei Joestar.³⁴

In secondo luogo, proseguendo nel segno di un rinnovamento strutturale della serialità, l'impronta *otaku* trova la sua massima manifestazione nella serie *Neon Genesis Evangelion* (*Shinseiki Evangelion*, Studio Gainax, 1995-1996) di Anno Hideaki (già membro del Daicon Film). Ripensando il genere *mecha*, i robot giganti comandati internamente da un pilota, la serie diventa emblematica della nuova tendenza giapponese nell'intendere l'animazione a narrazione episodica, promuovendo il prodotto di nicchia, più breve nella durata complessiva, qualitativamente più curato delle serie "fiume" degli anni Ottanta (come ad esempio *Dragon Ball*, tratto dal manga di Toriyama Akira, Toei Doga, 1986-1989)³⁵ e, a differenza di quanto era stato fatto in precedenza, volutamente «subculturale per pubblico e particolarista per temi narrativi».³⁶ Le scelte prese da quella tendenza che gli studiosi chiamano Nuova Animazione Seriale (NAS) rinnovano ulteriormente il legame diretto degli anime con elementi propri del cinema live-action (quali le inquadrature da punti di vista estremi, movimenti di macchina fortemente dinamici e il montaggio serrato)³⁷ e promuovono un distacco dall'adattamento dei manga;³⁸ alla fine del decennio i reciproci dialoghi tra televisione e cinema vanno a sfumare i confini entro cui i due mercati venivano circoscritti.³⁹

Ma la via della trasposizione da una matrice fumettistica non si esaurisce negli *studios* di animazione ancora legati al mercato più datato. Con l'avvento della rete Internet, infatti, si concretizza la possibilità di un confronto più ampio tra gli animatori e quindi tra tendenze produttive estremamente variegata. Sintomo di queste influenze è l'affermazione nel nuovo millennio dell'animazione prodotta per il web, l'*original net animation* (ONA) che in un secondo momento e

³² Novielli, Maria Roberta, *Animerama. [...]*, cit., p. 228.

³³ Fontana, Andrea, Tarò, Davide, *Anime. [...]*, cit., p. 77.

³⁴ *Ibidem.*

³⁵ Bendazzi, Giannalberto, *Animazione: Una Storia Globale*, cit., p. 815.

³⁶ *Ivi.*, vol. II, p. 356.

³⁷ *Ibidem.*

³⁸ Fontana, Andrea, Tarò, Davide, *Anime. [...]*, cit., p. 107.

³⁹ *Ivi.*, p. 115.

in base alla fortuna del prodotto può essere distribuita anche nel circuito televisivo o in DVD.⁴⁰ Questa diffusione capillare degli anime permette una visibilità più vasta per gli animatori e sceneggiatori che ora, anche grazie al riconoscimento artistico internazionale e ai numerosi premi vinti da *La città incantata* (*Sen to Chihiro no kamikakushi*, Miyazaki Hayao, Giappone, 2001), possono godere di una certa autonomia nell'esercitare il proprio lavoro⁴¹ e soprattutto non possono essere più catalogati dalla critica occidentale come produttori di intrattenimento relegato a fasce di età infantili.⁴² Contemporaneamente, la competizione qualitativa tra televisione e cinema, con periodi che tendono a favorire l'una o l'altro,⁴³ si attenua nel 2004, anno in cui sia per il cinema sia per la televisione e l'home video si producono ottimi titoli,⁴⁴ tra cui le serie *Bleach* (id., Studio Pierrot, Abe Noriyuki), *Samurai Champloo* (id., Studio Manglobe, Watanabe Shin'ichiro), *Paranoia Agent* (*Moso dairinin*, Studio Madhouse, Kon Satoshi) e i film *Ghost in the Shell 2 - Innocence* (*Inosensu*, Oshii Mamoru, Giappone) e *Il castello errante di Howl* (*Hauru no ugoku shiro*, Miyazaki Hayao, Giappone).

Ciononostante, sul finire degli anni Duemila si riscontra una crisi generale data dall'abbassamento dei salari,⁴⁵ che rende necessaria un'ulteriore rielaborazione del settore dell'animazione e in primis degli OVA: da circuito indipendente, essi erano progressivamente diventati il mezzo per ridistribuire serie dei decenni precedenti, mostrando idee spesso poco innovative,⁴⁶ la cui produzione delle animazioni veniva sì gestita da animatori nipponici ma in molti casi finanziata e fortemente influenzata dagli Stati Uniti per venire a patti con l'imperante logica del risparmio.⁴⁷ Se poi consideriamo la crescente ondata nostalgica per le produzioni più datate, risulta chiaro che l'home video può perdurare solo avendo funzioni ancillari rispetto agli altri canali distributivi.⁴⁸

Parallelamente e in modo sempre più pervasivo, emergono i canali tematici e le piattaforme streaming. Se l'OVA sembra scomparire nella disponibilità generalizzata di serie online, ciò che persiste nelle produzioni distribuite via Internet è lo spazio di manovra per la sperimentazione: «Lo streaming, come un tempo le videocassette, costituisce per gli autori un territorio sicuro dove osare con immagini e contenuti altrimenti improponibili».⁴⁹ La necessità di una continua rielaborazione dei linguaggi e delle estetiche degli anime, motivata dai recenti stimoli mediatici dettati dalla

⁴⁰ Bendazzi, Giannalberto, *Animazione: Una Storia Globale*, cit., p. 365.

⁴¹ Fontana, Andrea, Tarò, Davide, *Anime. [...]*, cit., p. 156.

⁴² *Ivi.*, p. 144.

⁴³ *Ivi.*, p. 159.

⁴⁴ *Ivi.*, p. 164.

⁴⁵ Bendazzi, Giannalberto, *Animazione: Una Storia Globale*, cit., vol. II, p. 385.

⁴⁶ Fontana, Andrea, Tarò, Davide, *Anime. [...]*, cit., p. 128.

⁴⁷ *Ivi.*, p. 157.

⁴⁸ *Ivi.*, p. 190.

⁴⁹ Bellano, Marco, *24 fotogrammi [...]*, cit., p. 127.

globalizzazione e dalle reciproche influenze tra animazione e cinema ‘dal vero’ (basti pensare alle tecniche sopraggiunte nel cinema live-action come la *motion capture*, in cui ogni minimo movimento attoriale viene digitalizzato su dei modelli del tutto simili a quelli dell’animazione tridimensionale),⁵⁰ non esclude il recupero di uno schema criticato da anni (ma mai del tutto abbandonato)⁵¹ di una serialità più generosa nella quantità degli episodi, dalle tematiche fruibili per la maggioranza degli spettatori⁵² e che abbraccia con convinzione l’adattamento dei manga.

Ma il sistema produttivo finora delineato chiaramente non limita la sua influenza solo all’arcipelago dove è nato: gli anime (e naturalmente i manga) rappresentano oggi una forte componente culturale del mondo occidentale.

1.2. Ricezione e distribuzione dell’animazione giapponese in Occidente

La cultura giapponese conosce una vastissima diffusione nel mondo attraverso la proliferazione di prodotti di massa tra gli anni Settanta e Ottanta, il cosiddetto periodo dell’*anime boom*. In questi decenni si avvia un fenomeno di *trans-acculturazione*⁵³ per mezzo dei manga e degli anime che interessa generazioni di giovani, un pubblico di consumatori che impara concetti, valori e stili grafici derivati da media inediti nei circuiti occidentali e che arricchiscono notevolmente i modi di esprimersi e le scelte lavorative di un nutrito gruppo di persone.⁵⁴ Il successo dell’animazione, soprattutto in Italia, è dettato dalla *syndication*, la trasmissione in sincrono mediante la televisione, mezzo fondamentale per la divulgazione degli anime prima ancora dei supporti successivi (ad esempio il VHS o i canali tematici televisivi),⁵⁵ inoltre, gli anni Settanta vedono un abbassamento del valore dello yen e in Europa ciò permette alle reti nazionali e poi locali di comprare titoli a basso prezzo rispetto alla concorrenza americana,⁵⁶ permettendo una sempre più grande importazione dell’animazione giapponese che provoca tra il 1978 e il 1984 la trasmissione delle serie prodotte tra il 1963 e il 1982.⁵⁷ La disponibilità generalizzata degli anime ne determina la messa in onda quasi continua nelle reti televisive e in particolare in quelle italiane in cui viene a formarsi «un sovraccarico di anime giapponesi: tra la fine degli anni Settanta e all’inizio degli anni Ottanta, nella maggior parte

⁵⁰ *Ivi.*, pp. 123-124.

⁵¹ Fontana, Andrea, Tarò, Davide, *Anime. [...]*, cit., p. 185.

⁵² Bendazzi, Giannalberto, *Animazione: Una Storia Globale*, cit., p. 356.

⁵³ *Ivi.*, vol. I, p. 847.

⁵⁴ *Ibidem.*

⁵⁵ *Ivi.*, pp. 847-848.

⁵⁶ *Ivi.*, p. 848.

⁵⁷ *Ivi.*, p. 849.

delle emittenti private – nazionali e regionali – si arrivava fino a sei-otto ore di anime trasmessi al giorno»,⁵⁸ determinando per molti spettatori delle lunghe esposizioni a questi linguaggi.

Le serie tv rivestono in questi modelli di distribuzione un ruolo cardine: «il formato seriale è quello che ha fatto guadagnare popolarità in tutto il mondo agli anime giapponesi, fra i bambini e gli adolescenti. Lo stesso concetto di boom si riferisce strettamente alla serializzazione, con diffusione attraverso la televisione, e non videocassette o canali specializzati». ⁵⁹ Il format però quasi da subito non viene riproposto tale e quale a quello nipponico, cioè con un nuovo episodio ogni settimana (uno schema che consente di mandare in onda un titolo per un lungo periodo di tempo), ma, proprio per la saturazione delle trasmissioni sopra citata, è standardizzato alla trasmissione quotidiana dei contenuti.⁶⁰

L'anime boom è stato incorporato in un modello di consumo specifico che è stato dominante per decenni: quello degli spettatori (giovani) che si sintonizzavano su un determinato canale televisivo, sempre alla stessa ora, per guardare da soli, ma in un certo senso come se fossero stati tutti insieme, uno specifico programma. Questo modello di consumo era strutturalmente basato sull'irreperibilità virtuale del programma trasmesso. Se il giovane spettatore non fosse stato in grado di guardare lo show, non avrebbe avuto modo di recuperarlo. I giovani vivevano la messa in onda intensamente, come appuntamento irripetibile con i loro amati eroi.⁶¹

Centrale è quindi il ruolo della televisione, un mezzo particolarmente capace di instaurare un rapporto con lo spettatore che ne determina l'identità rispetto a sé e a un gruppo di consumatori: «La televisione va intesa nell'accezione di dispositivo linguistico e comunicativo. Per l'esattezza bisogna qui considerare il mezzo televisivo una *istituzione*»⁶² che, trasmettendo valori e ideologie, può essere considerato un modo per strutturare la società in buona parte del suo insieme.⁶³ Questa importanza è riconducibile a un concetto di grande interesse per gli studi occidentali,⁶⁴ quello del rito, un fenomeno antropologicamente rilevante a livello sociale prima ancora che religioso.⁶⁵ In questo caso, il rito è messo in moto dal circuito televisivo e particolarmente dalla fruizione quotidiana dagli anime:

In generale il disegno animato nipponico presenta dei caratteri il cui ordine è senza dubbio rituale. Questi caratteri riguardano, in primo luogo, la sua destinazione frequentemente televisiva e la sua quasi

⁵⁸ *Ivi.*, p. 848.

⁵⁹ *Ivi.*, p. 850.

⁶⁰ *Ivi.*, p. 848.

⁶¹ *Ivi.*, pp. 850-851.

⁶² Teti, Marco, *Gli aspetti rituali della narrativa fantastica e fantascientifica giapponese a disegni animati nella riflessione critico-teorica occidentale*, in «Cinergie», vol. 5, marzo 2014, p. 153.

⁶³ *Ibidem.*

⁶⁴ *Ibidem.*

⁶⁵ *Ibidem.*

conseguente *natura* seriale. Essi sono relativi, in secondo luogo, allo stile adottato sia sul piano narrativo che su quello visivo dalla maggior parte delle produzioni animate provenienti dall'arcipelago nipponico. Gli aspetti rituali degli *anime* [...] appaiono rinvenibili, in terzo e ultimo luogo, a livello contenutistico.⁶⁶

Il coinvolgimento nasce dalla ripetizione sistematica di modelli di costruzione delle varie scene e più generalmente della struttura episodica (in parte narrativamente autonoma). Jaques Aumont, riferendosi alla serie *UFO Robot Goldrake* (*UFO Robo Gurendaiza*, vari registi, Toei Doga, 1975-1977), conosciuta anche come *Atlas Ufo Robot*, sottolinea come le emozioni scaturite nel pubblico siano veicolate dall'organizzazione interna degli episodi, standardizzata a un modello consolidato, «con i suoi tempi deboli e i suoi tempi forti, che richiedono una risposta emotiva fissata una volta per tutte».⁶⁷ La ritualità, come sottolinea Rita De Giuli, è riconducibile anche alla ciclicità temporale, ovvero la ripetizione e la circolarità degli eventi, caratteristica della cultura (e quindi dell'animazione) giapponese: «Il criterio della ciclicità rafforza inoltre il valore rituale dell'esperienza estetica, quindi sensibile prima ancora che cognitiva, fornita dalla fruizione televisiva degli *anime*».⁶⁸

Legato saldamente alla dimensione ciclica è l'opposizione tra staticità e movimento frenetico del tempo proprio della contemporaneità.⁶⁹ L'apparente inconciliabilità tra questi due aspetti è invece considerata una naturale coesistenza in Giappone, in cui la tradizione secolare vive a fianco della pragmaticità, della velocità e della mutevolezza proprie della modernità; questi stimoli sono quindi molto presenti nella produzione televisiva e cinematografica.⁷⁰ Gli anime, come sostiene Antonia Levi, si presentano a volte come rivisitazioni in chiave moderna di una vasta mitologia antica propria della religione shintoista⁷¹ o anche, secondo Susan Napier, come riproposizione del concetto di *matsuri* ("festività"):⁷² «L'idea di *matsuri* racchiude lo spirito sovversivo, irrazionale e anarchico specifico della primitiva cultura nipponica»⁷³ che in varie serie si manifesta nella «ri-definizione radicale dei ruoli sociali e dell'identità sessuale»⁷⁴ dei personaggi spesso in chiave grottesca, esagerata nella rappresentazione visiva e narrativa. Tale riproposizione è ricondotta da Napier, in riferimento al contesto giapponese, alla funzione psicologica del rito, uno sfogo dello spettatore 'vittima' di una società ancora assai piramidale nella divisione delle classi.⁷⁵

⁶⁶ *Ibidem*.

⁶⁷ *Ivi.*, p. 154.

⁶⁸ *Ivi.*, p. 155.

⁶⁹ *Ibidem*.

⁷⁰ Bendazzi, Giannalberto, *Animazione: Una Storia Globale*, cit., vol. II, p. 456.

⁷¹ Teti, Marco, *Gli aspetti rituali [...]*, cit., p. 155.

⁷² *Ivi.*, p. 156.

⁷³ *Ibidem*.

⁷⁴ *Ibidem*.

⁷⁵ *Ibidem*.

Ma la continua metamorfosi identitaria e sociale si manifesta in più di un aspetto dell'animazione nipponica. Particolarmente in scene dove avviene un cambiamento fisico del corpo dei personaggi: nel genere *mecha*, dove il protagonista 'amplia' il suo corpo con quello di un robot gigante, e in quello popolare delle ragazze dotate di poteri magici (*mahō shōjo*),⁷⁶ in cui le protagoniste cambiando indumenti e al contempo conquistando nuove «risorse psichiche, fisiche e spirituali fuori dal comune»,⁷⁷ si assiste a una metamorfosi in cui è facile intravedere un certo parallelismo con i mutamenti dell'età adolescenziale.^{78 79} Più in generale, il cambiamento dell'identità pervade il forte carattere ibrido della società giapponese riflesso nella produzione dei manga (che però si rileva meno nell'importazione dei fumetti stranieri, non catalogati come 'manga')⁸⁰ e in quella degli anime:

L'animazione contemporanea è un grande inno all'ibridazione. [...] In Giappone, il tema dell'ibrido è presente da decenni in manga e anime; si tratta di un chiaro sintomo dell'ibridazione culturale a cui tale paese è soggetto dall'inizio del Novecento, e che vede scontrarsi tra loro il desiderio di mantenere una propria identità riconoscibile e la voglia di essere come l'altro, ossia come gli ammirati e temuti paesi occidentali.⁸¹

La maggioranza di queste analisi sulla fruizione, largamente presenti negli studi successivi delle opere, derivano in gran parte dalle prime serie ad essere state diffuse massicciamente in Occidente, tra cui le già citate *Mazinga Z* e *UFO Robot Goldrake*, ma anche *Capitan Harlock (Uchu kaizoku kyaputen Harokku*, vari registi, Toei Doga, 1978), *Lady Oscar (Berusayu no bara*, Nagahama Tadao, Dezaki Osamu, Tokyo Movie Shinsha, 1979), *Candy Candy (Kyandi Kyandi*, vari registi, Toei Doga, 1976) e molte altre.⁸² È importante sottolineare come la qualità di questi prodotti non è particolarmente rilevante⁸³ ma la narrazione e la regia presentano delle novità rispetto alla concorrenza e determinano così il modo di 'leggere' gli anime, diffondendo una certa idea di esoticità legata a tali trasmissioni:⁸⁴

Ciò che fece breccia nei bambini occidentali fu soprattutto l'innovazione a livello contenutistico e i nuovi valori proposti. E tuttavia, le scelte registiche in queste serie mostrano come i registi e gli animatori intesero

⁷⁶ Bendazzi, Giannalberto, *Animazione: Una Storia Globale*, cit., vol. I, pp. 790-791.

⁷⁷ Teti, Marco, *Gli aspetti rituali [...]*, cit., p. 158.

⁷⁸ *Ibidem*.

⁷⁹ Bellano, Marco, *24 fotogrammi [...]*, cit., pp. 80-81.

⁸⁰ Berndt, Jaqueline, *Considering Manga Discourse: [...]*, cit., p. 299.

⁸¹ Bellano, Marco, *24 fotogrammi [...]*, cit., pp. 123-125.

⁸² Bendazzi, Giannalberto, *Animazione: Una Storia Globale*, cit., pp. 850-856.

⁸³ *Ivi.*, p. 851.

⁸⁴ *Ivi.*, p. 850.

applicare, sovente con successo, ogni possibile mezzo di espressione cinematografica ai loro “semplici” disegni animati, con risultati spesso di grande impatto. La grande varietà di tecniche utilizzate ha senza dubbio contribuito al fascino suscitato negli spettatori occidentali.⁸⁵

In particolare, *UFO Robot Goldrake* è celebre per «il suo “effetto *primacy*”: è stato il primo anime del genere azione/avventura trasmesso in Italia e in Francia»⁸⁶ sebbene in Giappone sia stato preceduto da *Mazinga Z* e da *Il grande Mazinga (Gurēto Majingā, vari registi, Toei Doga 1974-1975)*, andando a formare un insieme di serie denominato *Mazinsaga*.⁸⁷ Nell’instaurare rapporti con l’industria nipponica nascono anche le varie collaborazioni produttive internazionali che contribuiscono alla commistione dei codici espressivi:

le condizioni favorevoli di una produzione a basso costo spinsero alcune reti, aziende ed editori tedeschi, francesi, italiani e dei Paesi Bassi (es. RAI, Taurus Film, Bastei Verlag, München Merchandising, Polyscope) a co-produrre serie e film insieme con gli *studios* giapponesi, che a loro volta si resero conto che in Europa c’era un mercato molto ricettivo. Queste serie dovevano essere basate su storie europee e dovevano avere un retrogusto il più possibile vicino ai temi e messaggi delle culture del Vecchio continente, ma dovevano essere realizzate con le competenze e l’innovazione tecnico-espressiva giapponesi.⁸⁸

Tra le varie serie celebri nate a partire da queste co-produzioni figurano *Heidi, Barbapapà (Barbapapa, Takagi Atsushi e altri, Topcraft, Polyscope, 1974-1977)*, *Vicky il vichingo (Chiisana Viking Vikke, Saito Hiroshi, Zuiyo Eizo, Taurus Film, 1974-1975)* e *Il fiuto di Sherlock Holmes (Meitantei Holmes, Mikuriya Kyosuke, Miyazaki Hayao, Tokyo Movie Shinsha, RAI, 1984-1985)*,⁸⁹ quest’ultimo realizzato con il supporto dello studio italiano dei fratelli Pagot.

Ma un discorso sull’influenza della ‘prima’ animazione ad aver varcato i confini extra-nipponici si può fare anche per il contesto cinematografico in cui il film *Akira* (id., Ōtomo Katsuhiro, Giappone, 1988), trasponendo un più corposo e complesso manga omonimo e vantando per lungo tempo il primato della produzione giapponese animata più costosa di sempre, ha rappresentato un vero e proprio boom dell’animazione giapponese nel mondo, influenzando fortemente sia il pubblico sia gli addetti ai lavori;⁹⁰ non sembra essere un caso che il film si apra e si chiuda proprio con delle devastanti esplosioni che ricordano quelle storiche di Hiroshima e Nagasaki, utilizzate come monito pessimistico verso un futuro distopico in cui ogni iniziativa giovanile sembra dissolversi.⁹¹ Successivamente, la

⁸⁵ *Ivi.*, p. 851.

⁸⁶ *Ibidem.*

⁸⁷ *Ivi.*, pp. 851-852.

⁸⁸ *Ivi.*, p. 848.

⁸⁹ *Ivi.*, pp. 848-849.

⁹⁰ *Ivi.*, p. 816.

⁹¹ Novielli, Maria Roberta, *Animerama. [...]*, cit., pp. 207-208.

produzione dello Studio Ghibli e soprattutto quella del suo regista più celebre, Miyazaki Hayao, diviene il mezzo per divulgare e legittimare l'animazione in generale come forma d'arte, creando opere «svincolate dalle preoccupazioni di natura commerciale tipiche dell'ambiente televisivo»,⁹² non necessariamente dirette a temi e linguaggi omologati all'infanzia. Tuttavia, proprio sul lavoro di Miyazaki la critica occidentale manifesta le sue imprecisioni e mancanze, andando ad etichettare tali film come esempi caratteristici delle forme narrative ed estetiche degli anime, circoscrivendo così la complessità di un fenomeno sfaccettato oppure facendo spesso confronti forzati con produzioni simili esteticamente ma distanti culturalmente come, ad esempio, i parallelismi con Disney.⁹³ Con quest'ultimo non mancano però accostamenti costruttivi che vanno a puntualizzare determinate criticità che spesso si instaurano nella differenziazione arbitraria dei pubblici:

molti studiosi dell'artista giapponese tendono a negare il legame creativo con Disney, descritto come un ideatore di film per bambini, un produttore di opere mainstream, e preferiscono definirlo il *Kurosawa dell'animazione*. “Non solo il suo lavoro ha quella rara combinazione di respiro epico e sensibilità umana che possedeva il grande regista di live-action, ma non si inserisce in nessuna casella a misura di bambino, in cui l'Occidente tende ancora a catalogare il cinema d'animazione” (Helen McCarthy – *Hayao Miyazaki, master of Japanese Animation*). L'errore critico vale per Disney e per molti animatori del suo tempo, visto che il cartoon, sia newyorchese che hollywoodiano, nasce rivolto a un pubblico di ogni età. Mai, dai primi cortometraggi anni Venti, i film di Walt Disney sono stati catalogati dalla critica “film per bambini” (al contrario di oggi).⁹⁴

Più in generale, la discussione sulla ricezione degli anime (e anche dei manga)⁹⁵ in Europa e in America solo recentemente tiene da conto la prospettiva degli individui che creano e fruiscono i prodotti animati, cioè la visione giapponese;⁹⁶ in tal modo, si ricercano e si studiano le differenze nell'estetica tra culture diverse senza doverle implicitamente omogeneizzare a stimoli già noti. Tali differenze si manifestano ad esempio tra la sensibilità giapponese e occidentale verso l'animazione, dove la seconda esalta maggiormente la commerciabilità del prodotto disincentivando lo sperimentalismo (molto più diffuso nell'arcipelago),⁹⁷ e nell'animazione non proveniente dal Giappone ma che prende spunto dalla sua concezione visiva, incentrata sulle linee e sulla bidimensionalità, diversa dalla tradizione europea volumetrica e prospettica.⁹⁸

⁹² *Ivi.*, p. 197.

⁹³ Berndt, Jaqueline, *Considering Manga Discourse: [...]*, cit., pp. 296-297.

⁹⁴ Ciotta, Mariuccia, *Walt e Hayao*, in «Linus», vol. 1, gennaio 2024, pp. 73-74.

⁹⁵ Berndt, Jaqueline, *Considering Manga Discourse: [...]*, cit., p. 304.

⁹⁶ Teti, Marco, *Gli aspetti rituali [...]*, cit., p. 155.

⁹⁷ Fontana, Andrea, Tarò, Davide, *Anime. [...]*, cit., p. 162.

⁹⁸ Bendazzi, Giannalberto, *Animazione: Una Storia Globale*, cit., vol. II, p. 384.

Nella maggior parte dei casi, quelle animazioni occidentali che sono state chiaramente influenzate dagli anime giapponesi mantengono una struttura narrativa collegata alle produzioni occidentali (e quindi rivolte quasi sempre a bambini) [...]. Ciò che manca a queste imitazioni è l'enfasi su di uno spazio vuoto e non dichiarato; in altre parole, manca loro la tendenza diffusa degli anime a essere a volte narrativamente ellittici e ad ammettere momenti di silenzio, di quiete e di calma. L'animazione commerciale occidentale tende a essere frenetica, laddove gli anime mantengono un equilibrio tra azione e stasi.⁹⁹

Questa non coincidenza delle tipologie e dei ritmi narrativi solleva un'altra criticità, quella legata alla distribuzione: durante l'*anime boom* molti sono i contratti in Occidente che permettono di modificare l'ordine degli episodi originale e il taglio di scene inadatte al vasto pubblico.¹⁰⁰ Per di più, in questo periodo molte persone abbracciano l'idea di considerare gli anime come prodotti di cattivo gusto, insistenti sulle fattezze esagerate, stereotipate dei personaggi e quindi meritevoli di poco rispetto.¹⁰¹ Un pregiudizio in realtà causato quasi sempre dall'adattamento occidentale che si manifesta nella traduzione sistematica dei nomi e dei termini, andando spesso a stravolgere la ricezione di tali produzioni, senza lasciare uno spazio per permettere di comprenderne le radici profondamente ancorate al Giappone (un discorso valido per molti paesi con la parziale eccezione dell'Italia che se da un lato non coglie pienamente la diversificazione dei generi centrale per il mercato nipponico,¹⁰² dall'altro già dalla fine degli anni Settanta presenta una maggiore fedeltà all'originalità delle versioni):¹⁰³

Questi adattamenti non furono effettuati solo a opera dei produttori americani: era una pratica comune in molti paesi europei, come la Francia. Ed è uno dei motivi per cui, ancora oggi, rimane diffusa la convinzione erronea che i giapponesi tendano a produrre soprattutto o solo serie e film con "valori universali", e che disegnino i loro personaggi con presunte fattezze occidentali, ciò che non è affatto vero (anzi, è vero l'esatto contrario). Una gran parte degli spettatori europei e americani si fecero, nel tempo, convinzioni sbagliate circa la grafica e le sceneggiature degli anime che, al contrario, per la maggior parte (soprattutto negli ultimi decenni) erano stati realizzati quasi esclusivamente per il pubblico nipponico. In altre parole, la politica di riadattamento dei film e delle serie giapponesi, in prima battuta, fu quella di "neutralizzare" e a volte addirittura rimuovere – o cercare di rimuovere – le caratteristiche giapponesi. [...] La questione dell'adattamento, quindi, aiuta a spiegare [...] anche il minore consenso riscosso in altri paesi rispetto all'Italia: non riconoscere gli anime *in quanto giapponesi* ne ha attutito l'impatto culturale ed è per questo che fuori dall'Italia la popolarità degli anime è potente, sì, ma solo tra frange (pure nutrite, ma frange) di

⁹⁹ *Ibidem*.

¹⁰⁰ Bendazzi, Giannalberto, *Animazione: Una Storia Globale*, cit., vol. I, p. 849.

¹⁰¹ *Ibidem*.

¹⁰² Bellano, Marco, *24 fotogrammi [...]*, cit., p. 80.

¹⁰³ Bendazzi, Giannalberto, *Animazione: Una Storia Globale*, cit., p. 850.

ammiratori, laddove in Italia si registra una diffusa popolarità e conoscenza degli anime in quanto prodotto nipponico.¹⁰⁴

I prodotti giapponesi importati all'estero non sono dunque esenti da un'omogeneizzazione della loro provenienza, ovvero da una manovra mediatica per cui si rende 'neutra' la localizzazione di manga, anime e videogiochi, favorendo l'attrattiva per questi prodotti ma inibendo il contesto nazionale da cui provengono:

Il successo della formula adottata per esportare generi culturali in ogni angolo del mondo ha caratteristiche molto peculiari, riassunte al meglio dallo studioso Iwabuchi Kōichi che, riferendosi in particolare a fumetti, animazioni e videogame, rileva come tali prodotti siano percepiti come *cool* perché spogliati di ogni caratteristica nazionale, privati di un "odore culturale", e resi "universali" (non tanto internazionali, cioè *kokusai*, ma "senza nazionalità", *mukokuseki*).¹⁰⁵

In sintesi, molti degli stimoli provenienti dal Giappone recepiti in Europa e in America permettono nel tempo di considerare gli anime e svariati prodotti culturali come elementi portatori di un linguaggio complesso e arricchente spendibile in molti campi. L'animazione giapponese, in questo contesto, è orientata a un maggior dialogo con il pubblico occidentale e le sue aspettative,¹⁰⁶ come si evince dalla riduzione delle tempistiche di debutto di un'opera da un continente all'altro e in generale dalla maggior distribuzione e promozione dei film e delle serie; un esempio di questo rapporto sempre più velocizzato tra i mercati può essere la distribuzione del recente film *Il ragazzo e l'airone* (*Kimitachi wa dō ikiru ka?*, Miyazaki Hayao, Giappone, 2023)¹⁰⁷ pubblicizzato minimamente in patria prima della sua uscita per volere di una precisa strategia distributiva tuttavia non perseguibile in Occidente, dove il prodotto gode di ampia fama grazie a una diffusa campagna di marketing. In entrambi i circuiti distributivi il film vanta un grande successo, sollevando però importanti differenze di mercato nella ricezione di un prodotto.

Il ragazzo e l'airone ha stimolato così una interessante riflessione sul tema dell'*information overload*, l'eccesso di informazione, la compulsione a sapere prima di esperire, tanto amplificata dai social dove le opinioni aumentano esponenzialmente in quanto libere in termini di qualità e quantità, un processo che spesso fa precipitare le persone nell'illusione che solo un approccio mediato sia corretto e soddisfacente.¹⁰⁸

¹⁰⁴ *Ibidem*.

¹⁰⁵ Novielli, Maria Roberta, *Storia del cinema giapponese nel nuovo millennio*, Venezia: Marsilio, 2022, p. 35.

¹⁰⁶ Fontana, Andrea, Tarò, Davide, *Anime. [...]*, cit., p. 200.

¹⁰⁷ Uva, Christian (a cura di), *Il cinema d'animazione. Gli scenari contemporanei dal cartoon al videogame*, Roma: Carocci, 2023, p. 82.

¹⁰⁸ Imai Messina, Laura, *Il privilegio di non sapere*, in «Linus», vol. 1, gennaio 2024, p. 54.

1.3. Cool Japan, media mix, cultura database e influenze transnazionali

Come si è notato, queste considerazioni sono possibili in virtù di un presupposto che considera la molteplicità degli stimoli medialità nipponici una fonte di enorme attrazione, un'idea appunto *cool* del paese, «un tipo di soft-power in grado di attrarre altre culture»,¹⁰⁹ che rende necessario, all'inizio degli anni Duemila, un massiccio sostenimento dell'industria dei media da parte delle autorità giapponesi, promuovendo leggi volte a tutelare gli autori di contenuti e soprattutto a migliorare la distribuzione a livello internazionale.¹¹⁰ «In altre parole, il governo aveva abbracciato la politica definita “Cool Japan” per promuovere la propria cultura, il turismo e altri ambiti economici a livello mondiale. Alla vigilia della crisi economica planetaria del 2008, ci si rese conto che i mercati di media in Giappone erano particolarmente in attivo».¹¹¹ Con il XXI secolo si aprono a livello politico nuove iniziative volte a marcare le peculiarità culturali giapponesi nei rapporti commerciali proprio perché si riconoscono le potenzialità divulgative del mercato:

la moderna società giapponese può promuovere la sua nuova attrattiva a livello internazionale se saprà costruire un'immagine nazionale che contenga il sistema sociale che il Giappone ha sviluppato dalla fine della seconda guerra mondiale, ovvero gli sforzi verso i problemi ambientali, la costruzione e lo sviluppo di una società democratica, la coesistenza tra Oriente e Occidente, la cultura moderna giapponese presentata a livello internazionale e culture attraenti distribuite a livello internazionale come moda, manga, anime, giochi televisivi, fiction, J-Pop e robot.¹¹²

Le direzioni appena descritte si inseriscono in una generale tendenza globale alla transmedialità e crossmedialità dei linguaggi. Nell'arcipelago nipponico questa direzione è identificabile con il termine “media mix”, un dialogo tra i vari media incarnato in una strategia produttiva resa sistematica a partire dalla fine del XX secolo che prevede l'adattamento filmico o televisivo di romanzi celebri con l'intento di creare un rapporto saldo tra il mondo dell'editoria e quello multimediale per rendere possibile un mutuo guadagno tra diversi settori.¹¹³ Con il tempo, questa strategia viene naturalmente estesa ad altri media: «Altri adattamenti sarebbero quindi stati possibili attraverso molti ambiti, tra cui serie televisive, animazioni, videogiochi e fumetti, affiancati da un fruttuoso mercato musicale e da un nutrito commercio legato ai gadget di varia natura»,¹¹⁴ tutti elementi prodotti industrialmente e

¹⁰⁹ Novielli, Maria Roberta, *Storia del cinema giapponese [...]*, cit., p. 23.

¹¹⁰ *Ivi.*, pp. 23-24.

¹¹¹ *Ivi.*, p. 24.

¹¹² Matsui, Takeshi, *Nation Branding Through Stigmatized Popular Culture: The “Cool Japan” Craze Among Central Ministries in Japan*, in «Hitotsubashi Journal of Commerce and Management», ottobre 2014, vol. 48, n. 1, p. 89.

¹¹³ Novielli, Maria Roberta, *Storia del cinema giapponese [...]*, cit., pp. 26-27.

¹¹⁴ *Ivi.*, p. 27.

riscontrabili anche nella stagione dell'*anime boom* occidentale.¹¹⁵ Questo ampliamento delle trasposizioni, soprattutto dovuto alle nuove fonti da cui si parte a trasporre, ovvero i contenuti delle riviste specialistiche sulla cultura pop (come ad esempio quelle settimanali dedicate ai manga, più fruite rispetto ai romanzi), sostenuta alla fine degli anni Ottanta dal produttore Kadokawa Tsuguhiko, permette la continua e reciproca influenza tra media e una maggiore attenzione ai manga, agli anime e ai videogiochi.¹¹⁶ Un interessante esempio di ibridazione tra media è rappresentato dal cinema che, trasponendo i manga, si riferisce ai pubblici propri del fumetto giapponese: basti pensare a due grandi generi a cui tali pubblici sono legati, il *shōjo manga* (fumetti rivolti a giovani ragazze) e il *shōnen manga* (per giovani ragazzi), che vengono trasposti in produzioni (animate o live-action) rispettivamente mirate ai due sessi o comunque agli stilemi ricondotti ai target adolescenziali.¹¹⁷

Quando nel contesto delineato dal media mix arriva il digitale si assiste a una proliferazione dei mezzi produttivi tale per cui chiunque può diventare autore di contenuti. Particolarmente nel caso del cinema, la disponibilità di risorse variegata, spesso data da software per il montaggio video o per modificare l'audio, e l'avvicinamento reciproco di molteplici media determinano un arricchimento espressivo: «Non è raro [...] che l'eterogeneità mediatica abbia contribuito a dare vita a forme cinematografiche nuove e dinamiche, in cui il punto di forza spesso non consiste nella fusione tra media, ma nell'accentuata differenziazione tra loro, proprio grazie all'accostamento dialettico di immagini e di tecniche di rappresentazione di natura differente».¹¹⁸ La possibilità concreta di realizzare prodotti anche di discreta qualità a basso costo è certamente offerta dal boom dei telefoni cellulari all'inizio del XXI secolo, dispositivi capaci di mutare le relazioni umane tra gli individui e il mondo in cui vivono:¹¹⁹ «Oggi tutti i linguaggi mediatici trovano nel cellulare la piattaforma ideale per una fruizione rapida e capillare, permettendo al contempo a chi li utilizza di modificarne forme e contenuti».¹²⁰ Variegata sono le applicazioni del cellulare come strumento capace di veicolare narrazioni attraverso una fruizione specifica, al pari del cinema e dei manga. Un possibile esempio, oltre ai film girati direttamente con i cellulari,¹²¹ è la creazione di “romanzi per cellulare” (*keitai shōsetsu*), molto popolari nel Giappone dei primi anni Duemila, ovvero delle narrazioni testuali fruibili attraverso la rete, spesso incentrate su temi sentimentali; tali formule si prestano ad essere trasposte in manga o prodotti per il cinema e la televisione, inserendosi pienamente nel meccanismo del media mix.¹²² Un altro esempio è rappresentato dalle “proiezioni con supporto” (*ōen jōei*), delle

¹¹⁵ Bendazzi, Giannalberto, *Animazione: Una Storia Globale*, cit., pp. 849-850.

¹¹⁶ Novielli, Maria Roberta, *Storia del cinema giapponese [...]*, cit., p. 27.

¹¹⁷ *Ivi.*, pp. 30-31.

¹¹⁸ *Ivi.*, p. 71.

¹¹⁹ *Ivi.*, p. 73.

¹²⁰ *Ibidem.*

¹²¹ *Ivi.*, pp. 76-77.

¹²² *Ivi.*, pp. 73-75.

modalità di fruizione filmiche molto popolari in Giappone in cui il cellulare assolve nuove funzioni partecipative.¹²³

Agli spettatori – non tutti entusiasti della cosa perché malcapitati – non solo non viene richiesto il silenzio, ma è permesso usare il cellulare, per esempio per twittare quanto accade in sala, mentre allo stesso tempo cantano sui brani del film ed eventualmente fanno cosplay. In tal modo il coinvolgimento è totale e si crea una performance nella performance che accresce l'eccitazione.¹²⁴

Coltivare la forte specializzazione dei media sembra dunque essere la tendenza dominante nel panorama giapponese contemporaneo orientato dal media mix, una traiettoria comune resa possibile anche da una sostanziale rivalutazione dei prodotti legati alla subcultura degli *otaku*: questi ultimi, inizialmente visti come soggetti esclusi dalla società, incapaci di intrattenere rapporti con le altre persone e che trovano nei manga e negli anime dei mezzi sostitutivi del mondo reale (un'etichetta tristemente legata al rapimento e all'uccisione nel 1989 di quattro bambine per mano di Miyazaki Tsutomu, giovane ossessionato dagli anime a soggetto violento e pornografico),¹²⁵ diventano all'inizio del nuovo millennio, tramite la loro subcultura concettuale ed estetica, portatori dell'immagine del Giappone nel mondo.¹²⁶

Una delle più interessanti prospettive nel nuovo fenomeno è stata definita da Azuma Hiroki [...] che ha considerato la cultura contemporanea giapponese in termini di enorme database composto da innumerevoli simulacri, ambito che include la corrente artistica Superflat di Murakami Takashi; con l'avvento di internet e la creazione dunque di una “rete senza centro specifico”, molti elementi di manga, animazione, videogame e programmi televisivi hanno cominciato a permeare la quotidianità, colmando in molti casi i vuoti determinati dalla perdita di valori tradizionali. [...] Il concetto di “cultura database” proposto da Azuma è un continuo flusso e si arricchisce gradualmente di nuove accezioni estetiche che a loro volta si riflettono nelle consuetudini quotidiane dei giapponesi.¹²⁷

A questo immenso database appartiene il concetto di *kawaii* (“carino”) identificabile in personaggi immaginari caratterizzati esteticamente dalle piccole dimensioni, dall'aspetto innocente e da colori tenui (“Hello Kitty” ne è un esempio celebre anche in Occidente).¹²⁸ Proprio la corrente Superflat di Murakami indaga questa estetica e la produzione commerciale giapponese ricondotta agli *otaku*. Tale movimento propone una completa ridefinizione dell'estetica nipponica, denunciando una

¹²³ *Ivi.*, pp. 75-76.

¹²⁴ *Ivi.*, p. 76.

¹²⁵ *Ivi.*, p. 77.

¹²⁶ *Ibidem.*

¹²⁷ *Ivi.*, pp. 77-78.

¹²⁸ *Ivi.*, p. 78.

assenza di profondità (una “super piattezza”) comune ad ogni forma artistica, sia essa appartenente alla tradizione o alla contemporaneità; questa concezione rende possibile l’abolizione della dicotomia tra linguaggi artistici ‘alti’ e ‘bassi’, ponendo i prodotti della cultura pop allo stesso livello della dell’estetica nipponica tradizionale, sviluppatasi soprattutto tra il XVII e il XIX secolo (periodo Edo, 1603-1867).¹²⁹ Gli artisti che abbracciano quest’idea sono fruitori e consumatori di manga e anime, cresciuti con gli stimoli subculturali *otaku*, e con il loro lavoro diffondono l’immagine del loro paese in tutto il globo, non nascondendone anche i lati negativi.¹³⁰

Per Murakami «il mondo del futuro potrebbe diventare com’è il Giappone oggi: super piatto. Società, abitudini, arte e cultura: tutto è estremamente bidimensionale. Nelle arti, è particolarmente evidente che questa sensibilità ha viaggiato costantemente sotto la superficie della storia giapponese. Oggi tale sensibilità è perlopiù presente nei videogiochi e negli anime giapponesi, che sono divenuti elementi potentissimi della cultura globale».¹³¹

La generale legittimazione della cultura commerciale giapponese richiama inoltre la necessità di studi ‘dal basso’ in molti campi, tra cui l’analisi dei manga che tiene troppo poco da conto la prospettiva dei fan, spesso portando avanti una forte divisione tra visioni accademiche e non accademiche e trascurando la necessità di uno studio occidentale coordinato con quello nipponico.¹³²

Parallelamente al coordinamento delle ricerche teoriche si afferma un fenomeno di natura transnazionale riscontrato nel settore cinematografico dove dagli anni Novanta, complice anche la crisi economica caratterizzante il decennio, cambia la tipologia del pubblico di riferimento: da un cinema dei giapponesi per i giapponesi si passa a un cinema prodotto da più paesi e distribuito anche nei vicini stati asiatici.¹³³ Da questi ultimi e dal mondo occidentale si importano sempre più film che vengono distribuiti per un certo periodo nei *mini-theater*, ovvero delle

sale dedicate al cinema indipendente, che presto hanno raccolto un numero crescente di estimatori. Oltre a film di nuova uscita, in queste sale sono state spesso organizzate anche retrospettive, che diventano dunque momenti importanti per avvicinare registi e cinematografie prima poco conosciuti, dando al contempo un forte impulso all’internazionalizzazione della produzione interna e alla diversificazione produttiva tra film commerciali e film d’arte.¹³⁴

¹²⁹ Bendazzi, Giannalberto, *Animazione: Una Storia Globale*, cit., vol. II, pp. 366-368.

¹³⁰ *Ibidem*.

¹³¹ *Ivi.*, pp. 367-368.

¹³² Berndt, Jaqueline, *Considering Manga Discourse: [...]*, cit., pp. 297-298.

¹³³ Novielli, Maria Roberta, *Storia del cinema giapponese [...]*, cit., pp. 47-48.

¹³⁴ *Ivi.*, p. 32.

In alcuni film cominciano a comparire attori stranieri, spesso di provenienza europea, in altri la regia è affidata a cinesi o coreani;¹³⁵ questi ultimi fanno parte della maggioranza degli *zainichi* (gli stranieri residenti in Giappone), un vasto insieme di persone ancora oggi coinvolto nel processo di integrazione nella società nipponica.¹³⁶ Frequenti sono poi le importazioni di tematiche narrative riadattate al contesto giapponese, come nel caso di *Gli Spietati* (*Unforgiven*, Clint Eastwood, Stati Uniti, 1992), pellicola incentrata sui massacri dei nativi americani, ripresi nelle persecuzioni ottocentesche del Giappone ai danni degli Ainu, etnia presente nel nord del paese, in *Gli imperdonabili* (*Yurusarezaru mono*, Lee Sang-il, Giappone, 2013).¹³⁷ Tutti questi esempi contribuiscono nuovamente all'ibridazione culturale più volte già sottolineata, in cui l'identità nipponica muta assieme all' 'espandersi' dei confini nazionali.¹³⁸

1.4. Il fandom in movimento: turisti, pellegrini e *otaku*

Osservando con una prospettiva più ampia, la popolazione giapponese alla fine del XX e progressivamente all'inizio del XXI secolo conosce una forte diversificazione etnica dettata dalla globalizzazione:

Un altro fattore che favorisce l'interesse in tale direzione [ovvero quella della diversificazione culturale] è l'accelerazione del flusso migratorio verso il Giappone, e in particolare a Tokyo: il fenomeno, ininterrotto dalla fine della seconda guerra mondiale e con un picco nel corso degli anni ottanta, è incentivato anche dal crescente invecchiamento della popolazione dovuto al calo di natalità che stimola la richiesta di manodopera straniera. È stato calcolato che alla fine del 2020 il Giappone ospitava 1,72 milioni di lavoratori stranieri su una popolazione totale di 125,8 milioni, e inoltre il ministro della Giustizia ha annunciato nel novembre 2021 di voler ulteriormente estendere i permessi di soggiorno per fini lavorativi destinati a vari settori del mercato.¹³⁹

Oltre ai movimenti determinati dalle migrazioni, centrali sono quelli guidati dal turismo, frequentemente causati dalla visione diffusa di film e di anime e che conoscono in Giappone un forte sviluppo proprio a partire dagli anni in cui si rende sistematica la politica del Cool Japan: «La curva statistica delle presenze turistiche internazionali in Giappone dal 2000 comincia a salire sempre più

¹³⁵ *Ivi.*, pp. 49-54.

¹³⁶ *Ivi.*, pp. 55-62.

¹³⁷ *Ivi.*, p. 65.

¹³⁸ *Ivi.*, p. 49.

¹³⁹ *Ivi.*, p. 48.

rapidamente, raddoppiando i numeri nel giro di soli sette anni».¹⁴⁰ Anche il turismo cinematografico (o cineturismo) naturalmente gioca un ruolo importante in questo contesto: oltre alle visite agli ambienti adibiti alla realizzazione di film popolari localmente o anche all'estero, i numerosi festival internazionali, finanziati in parte anche dal governo giapponese, diventano delle grandi 'vetrine' per mostrare le molte realtà del paese e rappresentano un felice esempio di turismo *off-location* (ovvero visite ad eventi specifici, come appunto i festival e le premiere cinematografiche, o a set costruiti apposta per una produzione audiovisiva). In particolare, i film di Kitano Takeshi diventano una presenza fissa nei festival europei dopo la vittoria del Leone d'Oro a Venezia con *Hana-bi* (id., Giappone, 1997).¹⁴¹ Per quanto riguarda l'animazione, tra le varie icone pop ad essere famose anche in Occidente figura Doraemon, il gatto-robot parlante protagonista di molteplici produzioni animate, che nel 2008 è stato nominato dal Ministero degli affari esteri "ambasciatore dell'animazione" nel mondo;¹⁴² inoltre «il Ministero del territorio, delle infrastrutture, dei trasporti e del turismo (Kokudo kōtōshō) in collaborazione con il Ministero di educazione, cultura, sport, scienza e tecnologia (Monbukagakushō), nel 2006 ha promosso una ricerca per la rivitalizzazione del turismo attraverso l'animazione».¹⁴³

Il cineturismo declinato nel contesto nipponico viene denominato *contents tourism*, una forma di turismo che fa leva sui contenuti medialità (la narrazione, i personaggi che ne fanno parte e gli ambienti dove si è girato il film o la serie) e in misura minore sulle peculiarità intrinseche di un singolo medium. Risulta evidente come il *contents tourism* sia perfettamente in sintonia con i dettami del media mix e come sia quindi radicato nell'industria dei contenuti precedentemente analizzata. Se si volesse risalire all'esordio di questo fenomeno lo si dovrebbe datare alla svolta sociale degli anni Novanta, periodo in cui manga, anime, cinema e videogiochi cominciano a influenzarsi vicendevolmente, creando un rapporto rafforzato negli anni successivi dall'avvento di Internet.¹⁴⁴

Restringendo il campo, una tipologia di turismo dei contenuti assai praticata in Giappone è quella dell'*anime pilgrimage* (o *anime tourism*), una pratica che prevede dei veri e propri pellegrinaggi laici verso siti considerati sacri dai visitatori per via dei loro collegamenti più o meno stretti con produzioni animate:

¹⁴⁰ *Ivi.*, p. 35.

¹⁴¹ *Ivi.*, pp. 36-39.

¹⁴² *Ivi.*, p. 24.

¹⁴³ *Ibidem.*

¹⁴⁴ Castellaneta, Grazia, *L'anime tourism: caratteristiche ed esempi di un caso particolare di cineturismo*, Tesi di laurea, Università della Valle d'Aosta, Dipartimento di Scienze Umane e Sociali, Corso di Lingue e comunicazione per l'impresa e il turismo, a.a. 2019-2020, relatore Raffaella Odicino, p. 26.

Visiting sites related to anime films is called *anime seichi junrei* (anime pilgrimage) by fans in Japan. It is a form of travel behaviour closely related to film-induced tourism, literature tourism and other forms of media-induced tourism that in Japan are more commonly referred to under the blanked term ‘contents tourism’.¹⁴⁵ [...] Anime pilgrimage is defined as visiting sites depicted in anime, games, manga and other forms of otaku culture. Even though the term ‘pilgrimage’ has religious connotations, there is no particular link with religion. The term is used here primarily because it is the term that otaku use themselves to describe their own behaviour. Places of particular significance to anime fans have become known as ‘sacred sites’ (*seichi*) and the act of visiting sacred sites is called ‘pilgrimage’ (*seichi junrei*).¹⁴⁶

Il termine conosce una vasta diffusione a partire dal 2008 ma si sviluppa come pratica già nel corso degli anni Novanta tra i sempre più nutriti gruppi di giovani *otaku*, nati negli anni Ottanta.¹⁴⁷ Azuma Hiroki segnala infatti come questa generazione di *otaku*, rispetto alle due precedenti degli anni Sessanta e Settanta, sia particolarmente avvezzata al trasmettere e al collezionare informazioni sui contenuti dei media,¹⁴⁸ una peculiarità dettata dalla costruzione del «guscio del loro sé»¹⁴⁹ (la propria ‘casa’ o ‘famiglia’, traducendo letteralmente il termine *otaku*)¹⁵⁰ ma certamente accentuata dalla comparsa dei nuovi mezzi tecnologici offerti dalla rete.

La terza generazione *otaku* enucleata da Azuma è la maggiore protagonista del turismo legato agli anime. E questo per via di due fattori principali. In primis, lo sviluppo dei media concorre allo sviluppo degli *otaku* stessi: l’avanzamento tecnologico alla fine del XX secolo contribuisce a stimolare il dialogo tra questi gruppi di individui e quindi alla loro diversificazione, andando così a stravolgere l’identità delle prime “tribù *otaku*”, ovvero dei primi adolescenti affascinati dai romanzi di fantascienza nati, secondo lo studioso Namba, a partire dagli anni Sessanta.¹⁵¹ Altro fattore è poi da ricondurre alla rivalutazione dell’*otaku* e della produzione commerciale legata ad esso, come precedentemente menzionato. Tale rivalutazione verte appunto attorno al consumo dell’intero database culturale e, sempre secondo le ipotesi di Azuma, all’animalizzazione dell’*otaku* nella contemporaneità: «Animalization is [...] when people feel they lack something, they try to achieve satisfaction without the need for the existence of others or without interacting with others».¹⁵² Come gli animali soddisfano i loro bisogni fisiologicamente senza il desiderio di ‘socializzare’ (aspetto propriamente legato all’uomo), così fanno gli *otaku* collezionando oggetti e immergendosi in universi

¹⁴⁵ Okamoto, Takeshi, *Otaku tourism and [...]*, cit., p. 12.

¹⁴⁶ *Ivi.*, p. 21.

¹⁴⁷ *Ivi.*, pp. 21-22.

¹⁴⁸ *Ivi.*, p. 19, traduzione mia.

¹⁴⁹ Azuma, Hiroki, *Otaku: Japan's database animals*, trad. Jonathan E. Abel e Shion Kono, Minneapolis - London: University of Minnesota Press, 2009 [2001], p. 27, traduzione mia.

¹⁵⁰ *Ibidem.*

¹⁵¹ Okamoto, Takeshi, *Otaku tourism and [...]*, cit., p. 18.

¹⁵² *Ivi.*, p. 20.

fittizi.¹⁵³ L'animalizzazione non pone però sotto una luce negativa tali individui, mettendo in chiaro che essi non sono chiusi al mondo ma, proprio perché raccolgono “estratti” della subcultura di loro interesse (musiche, film, poster, costumi ecc.), restano aperti allo scambio di informazioni, specie quando tali informazioni riguardano argomenti di nicchia¹⁵⁴ o si inseriscono in particolari contesti in cui molti *otaku* si trovano di persona:

Tendencies to join ‘Island universes’ or exclusiveness have been confirmed within otaku. But this does not mean that otaku never have contact with others. They gather at comic markets where people share the same interests and they are extremely active in transmitting information to others. Furthermore, otaku may meet up in real (as opposed to virtual) spaces with those possessing similar interests whom they have met online, a practice which is called *ofukai*, or ‘offline meeting’.¹⁵⁵

Gli interessi e i valori comuni stanno quindi alla base della comunicazione degli *otaku* e questo scambio contribuisce alla diversificazione in gruppi subculturali;¹⁵⁶ secondo Osawa Masachi, alla fine degli anni Duemila diventa comune tra i giovani l'identificarsi come *otaku*.¹⁵⁷ L'atteggiamento di questa comunità allargata eredita le caratteristiche postmoderne della terza generazione cresciuta alla fine del XX secolo, inclusi gli eventi sociali dal vivo come possono essere appunto i pellegrinaggi a tema anime. Uno dei primi esempi di queste pratiche è la visita al Santuario di Hikawa, a Tokyo, dove nel corso degli anni Novanta numerosi pellegrini si sono recati a vedere il luogo, non tanto per motivi religiosi o tradizionali ma per il fatto che tale luogo compariva nella serie animata *Sailor Moon* (*Bishōjo senshi Sērā Mūn*, Toei Doga, 1992-1997).¹⁵⁸ L'apparente stravolgimento della sacralità in realtà è comunque una manifestazione di culto dei fan verso un particolare estratto subculturale che funge da luogo dove manifestare i propri interessi e il senso di appartenenza verso un gruppo di riferimento.

È chiaro che questa forma particolare di turismo contenutistico inizia nel momento in cui gli anime vengono fruiti, un'azione che però non permette quasi mai la reperibilità delle informazioni sulla posizione delle location. La ricerca e la condivisione di tali informazioni sono quindi fondamentali per chi desidera visitare i siti rappresentati negli anime.¹⁵⁹

¹⁵³ Azuma, Hiroki, *Otaku: Japan's database animals*, cit., pp. 86-88.

¹⁵⁴ Okamoto, Takeshi, *Otaku tourism and [...]*, cit., p. 20.

¹⁵⁵ *Ibidem*.

¹⁵⁶ *Ivi.*, p. 18.

¹⁵⁷ *Ivi.*, p. 19.

¹⁵⁸ *Ivi.*, p. 22.

¹⁵⁹ *Ibidem*.

L'informazione può essere già in suo possesso oppure acquisita in seguito: un fan può infatti riconoscere una location non appena la vede sullo schermo oppure cercare notizie al riguardo attraverso il passaparola, il web, i media o altre forme. [...] Le informazioni sul viaggio, dal canto loro, possono essere reperite in due modi: dalle organizzazioni, come compagnie e/o autorità locali, o dagli individui, siano essi altri pellegrini o gente del posto.¹⁶⁰

Anche le agenzie di viaggio concorrono a incentivare queste iniziative ma in misura minore: «There are also tour packages offered by travel agents, such as tours to take part in a specific anime-related event, but none is offered on a regular basis. Anime pilgrims tend to travel individually or in small groups, and group tours are rare».¹⁶¹

Secondo lo studioso Okamoto Takeshi, i comportamenti assunti dai pellegrini comprendono: il registrare il proprio pellegrinaggio per poi postarlo in rete, il fotografare i luoghi visitati (anche non comunemente considerati fotogenici, come un parcheggio) imitando le inquadrature con cui vengono rappresentati, fare *cosplay* durante la visita (travestirsi imitando l'aspetto di un personaggio di una serie o di un film), il lasciare tracce del proprio passaggio (come oggetti, commenti scritti e illustrazioni), la decorazione della propria auto o bicicletta con adesivi o illustrazioni a tema anime e, infine, l'interazione tra i pellegrini e tra questi e la comunità vicina alla location visitata.¹⁶² In alcuni casi, quest'ultimo fenomeno costruisce dei rapporti positivi tra gli individui,¹⁶³ creando degli scambi di informazioni faccia a faccia che, sebbene spesso mantengano un certo livello di anonimato (come testimonia l'atteggiamento dei visitatori di rivolgersi tra loro con i propri nomi utenti anche durante le visite dal vivo), marcano la presenza degli individui in un luogo reale,¹⁶⁴ scardinando così l'idea dell'isolamento degli *otaku*. Oltre a ciò, possono presentarsi dei vantaggi economici per la comunità ospitante che a sua volta può partecipare alle manifestazioni dei fan mediante le forme comportamentali precedentemente elencate. L'interazione tra questi gruppi, inizialmente distanziati socialmente, può altresì contribuire a ridefinire il paesaggio urbano delle location visitate, come accade per esempio nella costruzione, ideata dai fan e portata avanti da una comunità locale, di segnali stradali a tema anime.¹⁶⁵

Un esempio di collaborazione positiva tra fan e comunità è costituito dalla città di Toyosato (nella prefettura di Saga), in cui è stato ambientato l'anime di "K-On!". I segnali che di solito avvertono gli autisti che i

¹⁶⁰ Castellaneta, Grazia, *L'anime tourism [...]*, cit., p. 29.

¹⁶¹ Okamoto, Takeshi, *Otaku tourism and [...]*, cit., p. 23.

¹⁶² *Ivi.*, pp. 24-26.

¹⁶³ *Ivi.*, pp. 26-27.

¹⁶⁴ *Ivi.*, p. 33.

¹⁶⁵ *Ivi.*, pp. 30-31.

bambini potrebbero attraversare la strada all'improvviso sono stati infatti sostituiti con degli altri rappresentanti i personaggi dell'anime.¹⁶⁶

Gli aspetti legati all'ambiente locale vengono connessi alla cultura gravitante attorno all'animazione e agli *otaku*, fornendo a una località di periferia un valore aggiunto che può diventare il contenuto stesso visitato dalle persone, siano esse appartenenti all'insieme degli *otaku* o meno.¹⁶⁷

Naturalmente, le potenzialità insite nell'*anime pilgrimage*, e quindi anche nel più vasto *contents tourism*, sono vitali nella politica del Cool Japan: nelle varie declinazioni del turismo dei contenuti, l'attrattiva per la cultura nipponica si manifesta nel turismo verso location di produzioni autoctone e internazionali, le quali possono essere visitate dai giapponesi all'interno del proprio paese, dagli stranieri in viaggio in Giappone e viceversa dai giapponesi in viaggio all'estero.¹⁶⁸ Ad interessare questo percorso è quest'ultima categoria, ovvero quella dei flussi turistici nipponici verso location rappresentate negli anime appartenenti al paesaggio italiano.

¹⁶⁶ Castellaneta, Grazia, *L'anime tourism [...]*, cit., pp. 31-32.

¹⁶⁷ Okamoto, Takeshi, *Otaku tourism and [...]*, cit., pp. 30-31.

¹⁶⁸ Castellaneta, Grazia, *L'anime tourism [...]*, cit., pp. 26-27.

2. L'Italia e *Le bizzarre avventure di JoJo*

2.1. Introduzione al manga

Le bizzarre avventure di JoJo (*JoJo no kimyōna bōken*) è un manga di Araki Hirohiko pubblicato in Giappone a partire dal 1987. Ad oggi l'opera è divisa in nove parti ed è ancora in corso la sua pubblicazione; il titolo è celebre per le numerose citazioni e rimandi alla cultura pop che l'autore inserisce nei nomi, nelle esclamazioni e nei contesti in cui si trovano i vari personaggi o anche solo nella loro stessa estetica, spesso ispirata a quella Occidentale manifestata nella storia dell'arte (per esempio i colori di Gauguin e la scultura michelangiolesca) e in molta fotografia promozionale legata alla moda (Versace, Vogue, Gucci).¹⁶⁹ Nel primo capitolo già si è menzionata la serie OVA *Le bizzarre avventure di JoJo* (1993-2002), basata sugli avvenimenti della terza parte, ma negli anni sono stati prodotti il film *Le bizzarre avventure di JoJo: Phantom Blood* (*JoJo no kimyōna bōken Fantomu Buraddu*, 2007, trasposizione della prima parte, distribuito solo in Giappone) e la serie animata televisiva realizzata tra il 2012 e il 2022 dallo studio David Production, in onda in Giappone su canali televisivi e internazionalmente in streaming su piattaforme gratuite e a pagamento. Quest'ultima è divisa in cinque stagioni corrispondenti ai primi sei archi narrativi del manga,¹⁷⁰ di cui segue un breve riassunto.

L'opera racconta le vicende della famiglia Joestar nel corso di varie epoche storiche, in luoghi realmente esistenti o immaginati dall'autore. I protagonisti delle varie parti, ovvero i discendenti e i personaggi legati alla famiglia, pur avendo nomi differenti vengono tutti chiamati con il nomignolo "JoJo", creato dall'unione di una parte del nome con una del cognome. Il primo arco narrativo, *Phantom Blood* (1987), trasposto nella serie *Le bizzarre avventure di JoJo* (*JoJo no kimyōna bōken*, David Production, 2012-2013), è ambientato alla fine del XIX secolo, in Inghilterra, dove Jonathan Joestar, figlio di lord George Joestar, deve affrontare la difficile convivenza con il fratello adottivo Dio Brando, di animo malvagio, segretamente intenzionato ad appropriarsi del patrimonio della famiglia. Dopo aver ucciso George e aver indossato la Maschera di Pietra (un reperto azteco posseduto dal padre) Dio diventa un vampiro e perseguita Jonathan. Quest'ultimo, su una nave al

¹⁶⁹ Love, Idalis, *What Inspired Manga Artist Hirohiko Araki?*, in «The Collector», <https://www.thecollector.com/>, febbraio 2021, consultato il 10 marzo 2024.

¹⁷⁰ Fuentes, Tracy, Green Ph. D., Amy M., *The Joestar Spirit: How the Protagonists of JoJo's Bizarre Adventure Embody Key Traits of the Hero*, Undergraduate Research Symposium Lightning Talks, 5, [s. l.], [s. n.], 2021, p. 1.

largo dell'oceano Atlantico, si sacrifica facendosi saltare in aria insieme a Dio per mettere fine alle sue malefatte. *Phantom Blood* presenta numerosi riferimenti cinematografici e letterari, come per esempio nell'estetica di Dio Brando, simile a quella di Roy Batty, il famoso replicante di *Blade Runner* (id., Ridley Scott, Stati Uniti, 1982), il cui nome si ispira a quello del musicista Ronnie James Dio e del celebre attore Marlon Brando;¹⁷¹ le ambientazioni poi rimandano a quelle di *Dracula* di Bram Stoker e della Londra di Jack lo squartatore rappresentata nei romanzi di *Sherlock Holmes* di Arthur Conan Doyle.

Nel 1938 Joseph Joestar, nipote di Jonathan, protagonista di *Battle Tendency* (1987-1989), adattata nella stessa serie sopra menzionata, si imbatte in degli esseri misteriosi, gli Uomini del Pilastro, risvegliatisi da un lungo sonno e responsabili della creazione delle maschere in grado di trasformare gli esseri umani in vampiri. Dopo svariati scontri in giro per il mondo, Joseph riesce a sconfiggere gli Uomini del Pilastro e a salvare l'umanità dalla loro minaccia.

Stardust Crusaders (1989-1992), adattata in *Le bizzarre avventure di JoJo - Stardust Crusaders* (*JoJo no kimyōna bōken - Stardust Crusaders*, David Production, 2014-2015), inizia nel 1987 quando Joseph arriva in Giappone a fare visita alla figlia, trasferita a Tokyo, e al nipote Jotaro Kujo. Quest'ultimo, insieme a sua madre e a suo nonno, si scopre possessore di un potere speciale chiamato "stand", un'emanazione spirituale creata dalla propria energia vitale,¹⁷² una sorta di alter ego chiamato con un nome proprio e legato al suo possessore. La comparsa di queste capacità risulta essere legata al ritorno di Dio Brando: egli, riesumato da un peschereccio dal fondale oceanico, si risveglia dopo quasi un secolo e in Egitto crea un esercito al suo servizio. Per salvare la madre, sopraffatta dal proprio potere, Jotaro, Joseph e altri personaggi intraprendono un lungo viaggio che li porta a scontrarsi con innumerevoli portatori di stand fino al Cairo dove, infine, Dio viene sconfitto una volta per tutte.

La quarta parte, *Diamond is Unbreakable* (1992-1995), animata nell'omonima serie (*JoJo no kimyōna bōken - Diamond wa Kudakenai*, David Production, 2016), ambientata nel 1999 nella fittizia città giapponese Morio-cho, racconta di Josuke Higashikata. Egli, insieme a Jotaro, indaga sui misteriosi avvenimenti che accadono nella cittadina legati a vari omicidi commessi da un fantomatico assassino e alla comparsa di una serie di frecce che, se scoccate con un arco contro una persona, fanno risvegliare il potere stand in alcuni dei soggetti che vengono colpiti. La prima parte della serie è stata inoltre trasposta dal regista Miike Takashi nel film live-action *JoJo's Bizarre Adventure: Diamond Is*

¹⁷¹ Rusconi, Valeria, *Hirohiko Araki, il papà di JoJo arriva in Italia: sarà una delle sorprese di Lucca Comics & Games 2019*, in «la Repubblica», <https://www.repubblica.it/>, luglio 2019, consultato il 10 marzo 2024.

¹⁷² Fuentes, Tracy, Green Ph. D., Amy M., *The Joestar Spirit [...]*, cit., p. 1.

Unbreakable Chapter I (JoJo no kimyōna bōken: Diamond wa Kudakenai dai-issshō, Giappone, 2017).

Tra i numerosi personaggi che popolano Morio-cho, Rohan Kishibe spicca particolarmente per le sue peculiarità fortemente metatestuali: egli è un *mangaka* (autore di manga) il cui potere stand *Heaven's Door* consiste nell'aprire letteralmente le persone come se fossero dei libri e, modificando i contenuti delle pagine all'interno dei corpi, cambiare la loro storia, le loro capacità e il loro carattere. Araki gli ha addirittura dedicato una serie di storie autoconclusive intitolata *Così parlò Rohan Kishibe* (1997-2022) in cui si narrano le peregrinazioni dell'autore in cerca di ispirazione per i propri racconti, tra cui un viaggio a Parigi (al Louvre) e a Venezia. Quattro racconti sono stati adattati in un'omonima serie animata *spin-off* (*Kishibe Rohan wa Ugokanai*, David Production, 2017-2020).

Il quinto arco narrativo, *Vento Aureo* (1995-1999), interamente svolto in Italia nel 2001, vede al centro Giorno Giovanna, un ragazzo giapponese cresciuto a Napoli, figlio di Dio Brando da cui eredita il potere di manifestare lo stand *Gold Experience*. Il contesto in cui Giorno cresce, segnato dalla corruzione e dallo spaccio di droga, fa sorgere in lui una grande sete di giustizia che lo spinge a distruggere il crimine direttamente dall'interno: infatti, decide di entrare nell'organizzazione mafiosa chiamata "Passione" per arrivare a sconfiggerne il boss e, sostituendosi ad esso, volgere al bene il proprio potere. Bruno Bucciarati, un malavitoso inserito in Passione, decide di aiutare Giorno e lo accoglie nella propria squadra di criminali, tutti portatori di stand; dopo aver eseguito l'ordine di scortare e proteggere Trish, la figlia del boss, fino a Venezia e aver scoperto che in realtà si trattava di un pretesto per ucciderla organizzato dal padre per cancellare ogni traccia del suo passato, il gruppo decide di rinnegare l'organizzazione e investigare sull'identità di quest'ultimo. Dopo essere stati attaccati da numerosi sicari ed essere fuggiti in aereo da Venezia, Giorno e i suoi arrivano in Sardegna, luogo dove Trish pensa di poter trovare le origini di suo padre; scoperto il volto di questo, la squadra viene contattata da Jean Pierre Polnareff, già tra i protagonisti di *Stardust Crusaders*, che li informa di essere in possesso di una delle frecce capaci di risvegliare gli stand e che rappresenta l'unico modo per sconfiggere il boss. Dopo la fuga dalla Sardegna e l'arrivo al Colosseo a Roma, dove Polnareff li aspetta, Giorno, potenziando il proprio stand tramite la freccia, riesce a sconfiggere Diavolo, il leader di Passione. La serie è stata adattata in *Le bizzarre avventure di JoJo - Vento Aureo (JoJo no kimyōna bōken - Ōgon no Kaze*, David Production, 2018-2019).

Stone Ocean è la sesta parte del manga (1999-2003, adattata in *JoJo no kimyōna bōken - Sutōn Ōshan*, David Production, 2021-2022, distribuita globalmente da Netflix). In essa si mettono in scena le vicende di Jolyne Kujo, figlia di Jotaro, la quale nel 2011 viene incarcerata ingiustamente nel penitenziario di *Green Dolphin Street* in Florida; lì deve fronteggiare numerose peripezie, tra cui le malvage intenzioni di padre Enrico Pucci, il prete italo-americano del penitenziario, in passato

affiliato a Dio e suo ideale successore. Quest'arco narrativo è anche l'ultimo a collegarsi direttamente con le vicende dei Joestar: le successive serie manga, ovvero *Steel Ball Run* (2004-2011), *JoJolion* (2011-2021) e *The JoJoLands* (2023-in corso), vengono infatti ambientate in un universo narrativo distaccato dal precedente.

Chiarati gli aspetti legati alla trama, quello che emerge è come il paesaggio italiano sia un elemento ricorrente nella narrazione, a partire da *Battle Tendency*, con alcune scene ambientate al Colosseo, nella laguna di Venezia e sull'isola di Vulcano, ma anche e soprattutto nell'intera ambientazione di *Vento Aureo*. Oltre che una dimensione prettamente evocativa del Bel Paese, rappresentata da alcuni personaggi di origine italiana (spesso legati al mondo della cucina o dell'arte), il paesaggio italiano rimane un riferimento nella serie, un motivo centrale legato all'esotico. Queste influenze derivano senza dubbio dall'interesse di Araki per la penisola,¹⁷³ ma sono anche assimilabili al generale 'successo' dell'Italia in Giappone, caratterizzato da un percorso interessante su cui vale la pena soffermarsi per poter meglio comprendere lo sguardo sul paesaggio veicolato dalla serie.

2.2. La fascinazione per l'Italia in Giappone

Nell'approcciarsi a una cultura estranea e per vari aspetti opposta a quella da cui si parte per analizzarla, è necessario precisare i termini con cui si definisce quella cultura per poterli poi utilizzare consapevolmente. A tal proposito, nozioni come 'Occidente' e 'Oriente' vengono largamente utilizzate per sintetizzare dei modi differenti di pensare, organizzare e catalogare il mondo. Tuttavia, se evidentemente tali termini hanno larga diffusione nella maggior parte del globo, il loro significato rivela che l'utilizzo a cui essi rimandano è fortemente connesso ad una cerchia ristretta di una specifica società: l'aristocrazia europea che per secoli ha imposto un forte dominio attraverso le colonie a partire dal XV secolo.¹⁷⁴ Ciò che intendiamo come 'occidentale' e 'orientale' determina un legame che va a stabilire sia l'identità interna della cultura egemone sia l'esterna di quella dominata.

Il Giappone, in questo senso, rappresenta un caso ambiguo dal momento che non è mai stato colonizzato da altre nazioni ma ha subito forti influenze negli ultimi secoli, soprattutto provenienti dagli Stati Uniti, che hanno determinato un mutamento dell'identità giapponese, oggi saldata alla cultura euro-americana ma ancora fortemente differenziata rispetto all'Occidente.¹⁷⁵

¹⁷³ Lettori di «Storie di Napoli», *Le bizzarre avventure di JoJo a Napoli: l'anime omaggia la città*, in «Storie di Napoli», <https://storienapoli.it/>, luglio 2022, consultato il 10 marzo 2024.

¹⁷⁴ Miyake, Toshio, *Il boom dell'Italia in Giappone: riflessioni critiche su Occidentalismo e Italianismo*, in «Between», I.1, <https://ojs.unica.it/index.php/between>, maggio 2011, consultato il 10 marzo 2024, pp. 2-3.

¹⁷⁵ Ivi., p. 5.

Tuttavia, il Giappone non potrà mai essere del tutto ‘occidentale’, anche qui non tanto per una libera preferenza a favore dell’‘Oriente’ o di una nipponicità incontaminata, ma perché è lo stesso ‘Occidente’ che dopo averne imposto l’occidentalizzazione, ne decreta anche l’orientalizzazione (o al massimo lo statuto di brutta copia dell’originale euro-americano).¹⁷⁶

Un’identità dalla doppia faccia, talvolta aperta all’esterno ma spesso costretta a dover tornare all’interno di un confine ben delimitato quale è il Giappone, ritenuto fondativo e determinante per distinguersi e distinguere altri riferimenti culturali. Quello che gioca un ruolo centrale in questo contesto è un riflesso implicito del termine ‘Oriente’, ovvero l’auto-orientalizzazione volontaria di un insieme di persone in cui «l’interiorizzazione di questo sguardo egemone finisce per determinare sia il modo per conoscere e vedere gli altri, sia quello per conoscere e vedere se stessi».¹⁷⁷

Se da un lato si palesa l’ambiguità, dall’altro non manca l’utilità, per il Giappone, dell’adozione di questa prospettiva: basti pensare alla percepita superiorità spirituale verso l’Occidente materialista e superiorità tecnologica e burocratica nei confronti degli altri paesi ‘orientali’ considerati arretrati, delle ideologie molto diffuse soprattutto nei momenti di espansione coloniale del Giappone nel corso degli anni Trenta.¹⁷⁸ Un’altra tendenza posta nel mezzo della dicotomia esistente tra i termini precedentemente analizzati è quella di «adottare una strategia identitaria etichettata come ibridismo strategico (o ibridità di facciata) volta a sottolineare la propria unicità o superiorità per essere la nazione ad avere coniugato il “meglio dell’Occidente” e il “meglio dell’Oriente”, modernità e tradizione, scienza e spiritualità, tecnica e natura, ecc.».¹⁷⁹

A partire da questa prospettiva, l’Italia viene percepita inizialmente come una nazione industrialmente arretrata, ancora legata alle dinamiche del passato, e tuttavia, appunto per questo suo essere un’eccezione rispetto alle potenze del continente europeo, affascinante per i suoi lasciti dell’antichità e del Rinascimento (una visione spesso filtrata da punti di vista di altri paesi europei).¹⁸⁰ Se fino agli anni Ottanta questa visione persiste senza sostanziali variazioni,¹⁸¹ dagli anni Novanta inizia una progressiva moda per il *made in Italy* (già diffusa negli anni precedenti nel resto del mondo)¹⁸² facilitata da una maggiore disponibilità economica della popolazione giapponese (soprattutto femminile, più interessata alla nuova tendenza e sempre più inserita nel mondo del lavoro) che dà la possibilità a molte persone di comprare prodotti italiani e di viaggiare fisicamente

¹⁷⁶ *Ivi.*, p. 6.

¹⁷⁷ *Ibidem.*

¹⁷⁸ *Ivi.*, p. 7.

¹⁷⁹ *Ibidem.*

¹⁸⁰ *Ivi.*, p. 9.

¹⁸¹ *Ivi.*, p. 10.

¹⁸² *Ivi.*, p. 11.

in Italia. Questo permette uno scambio diretto di stimoli che si riflette in molta produzione letteraria giapponese all'inizio degli anni Duemila; motivo di interesse è ad esempio l'eredità politeista dell'antichità romana, più simile alla tradizione nipponica che a quella sviluppata successivamente nella penisola.¹⁸³

2.3. Rappresentazione del paesaggio italiano nella serie

2.3.1. Premessa

Come accennato precedentemente, molte delle caratteristiche fatte comunemente risalire al Bel Paese (l'arte, la moda, la cucina, nonché chiaramente la bellezza) sono frequentemente presenti negli aspetti visivo-narrativi di *Le bizzarre avventure di JoJo*. Basti pensare a un episodio di *Diamond is Unbreakable* interamente svolto nella Trattoria Trussardi, un ristorante in cui il cibo è considerato di una bontà tale da rivelarsi il prodotto di un potere stand in grado di guarire le persone da ogni male; i personaggi frequentemente si avvicinano all'Italia proprio attraverso il cibo ma a volte anche associando gli stand a persone storicamente influenti, come artisti del calibro di Michelangelo e Leonardo, la cui enorme influenza estetica viene fatta risalire a capacità dovute proprio a quei poteri. Ma oltre all'evocazione di tali aspetti, la rappresentazione visiva dell'Italia si manifesta in due direttrici principali. La prima è quella della moda, in molti casi ispiratrice, attraverso la sua vasta produzione di fotografie promozionali, dell'aspetto dei personaggi e della loro disposizione nello spazio, creando pose, spesso assunte durante i combattimenti, talmente stravaganti e improbabili da essere celebri tra i fan come *JoJo poses*; vengono qui riportati due esempi tratti da *Vento Aureo*, raffiguranti Giorno Giovanna e, a fianco, le rispettive pose tratte dalle immagini pubblicitarie di Versace (fig. 1-5). La seconda direttrice è la rappresentazione del paesaggio reale o rielaborato di location italiane, siano esse celebri o meno. L'analisi di quest'aspetto rientra nello studio del paesaggio nell'animazione, un campo che solo dal secondo decennio del XXI secolo è oggetto di interesse e di ricerca fondata sul rifiuto del paesaggio inteso come 'sfondo' di un'azione in primo piano ma come parte essenziale di un insieme di immagini in movimento.¹⁸⁴

Partendo da questo presupposto, la raccolta delle apparizioni paesaggistiche che si prende in esame fa riferimento alle serie animate ambientate nelle location italiane tratte dall'universo narrativo di Araki, ovvero *Battle Tendency*, *Vento Aureo* e *Così parlò Rohan Kishibe*. Tale raccolta è

¹⁸³ *Ivi.*, pp. 12-14.

¹⁸⁴ Pallant, Chris, *Animated Landscapes: History, Form and Function*, London: Bloomsbury, 2015, pp. 1-3.

schematicamente riassumibile in tre distinte tipologie: quella relativa ai monumenti celebri e in generale alle vedute urbane, quella del mondo dei trasporti, rappresentata dalle stazioni ferroviarie e aeroportuali, e infine quella delle località che in varia misura hanno risentito meno dell'azione dell'uomo, lasciate quindi maggiormente allo stato naturale.



Figura 1 - Araki Hirohiko, *Vento Aureo*, capitolo 440, 1995-1999, https://jojowiki.com/JoJo_Wiki.



Figura 2 - Gianni Versace Fall/Winter, 1984, <https://twitter.com/home>.



Figura 3 - *Vento Aureo*, ep. 2.



Figura 4 - Araki Hirohiko, *Vento Aureo*, capitolo 442, 1995-1999, https://jojowiki.com/JoJo_Wiki.

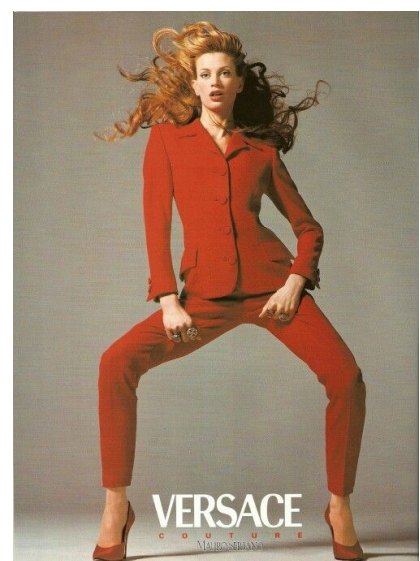


Figura 5 - Kristen McMenamy for Versace, 1995, <https://twitter.com/home>.

2.3.2. Monumenti e urbanistica

Nell'ambito della rappresentazione del paesaggio urbano, le grandi città della penisola sono le protagoniste dell'immaginario collettivo sull'Italia, segnato dalla lunga tradizione del Grand Tour: i numerosi viaggi intrapresi nei secoli da molti artisti e scrittori stranieri hanno cristallizzato l'ambiente cittadino come uno degli esempi più caratteristici del paesaggio italiano e, a definire maggiormente quest'ultimo, una città viene particolarmente esaltata per la sua unicità tanto da essere il fulcro della corrente pittorica del vedutismo:¹⁸⁵ Venezia, i cui ambienti sono i più ricorrenti nel corso delle serie.

Nel sedicesimo episodio di *Battle Tendency*, Joseph Joestar e il suo compagno di viaggio di origini italiane Caesar Zeppeli approdano nella città in cerca di Lisa Lisa, una donna in grado di addestrare Joseph alla tecnica delle Onde Concentriche, unico mezzo a sua disposizione nella lotta contro gli Uomini del Pilastro. Appena i due osservano le caratteristiche vedute veneziane (fig. 8), lungo i canali percorsi da numerose gondole, Joseph esclama sorpreso: "Eh? Venezia non è tipo una località turistica e basta? Sicuro che un maestro della Tecnica Concentrica viva in un posto come questo?". Fin da subito il paesaggio è delineato dalla sua immediata relazione con il turismo, un aspetto che dagli studi viene direttamente collegato al vedutismo: nei secoli, a molti artisti veniva richiesta una produzione sempre più vasta di vedute (fig. 10), per cui molti di essi riproducevano le immagini da loro realizzate rivendendole (e rimpicciolendole per garantirne la trasportabilità) in grande quantità ai numerosi visitatori che cercavano la prova tangibile (e visibile) del loro viaggio.¹⁸⁶ Questo primordiale mercato turistico, riconducibile alla più recente funzione della cartolina, ha contribuito a diffondere un insieme molto specifico di immagini urbane dell'Italia (quali, nel caso di Venezia, il Canal Grande e Piazza San Marco),¹⁸⁷ andandone ad esaltare soprattutto l'esoticità. Come si può osservare (fig. 6-9), queste influenze non possono che inserirsi nella successiva rappresentazione degli scorci veneziani offerti dal cinema e, naturalmente, dagli anime.



Figura 6 - *Vento Aureo*, ep. 20.

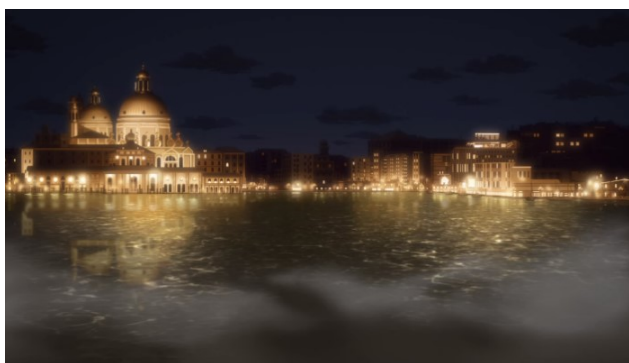


Figura 7 - *Vento Aureo*, ep. 18.

¹⁸⁵ Hom, Stephanie Malia, *The Beautiful Country. Tourism and the Impossible State of Destination Italy*, Toronto - Buffalo - London: University of Toronto Press, 2015, p. 69.

¹⁸⁶ *Ivi.*, pp. 70-71.

¹⁸⁷ *Ibidem.*



Figura 8 - *Battle Tendency*, ep. 16.

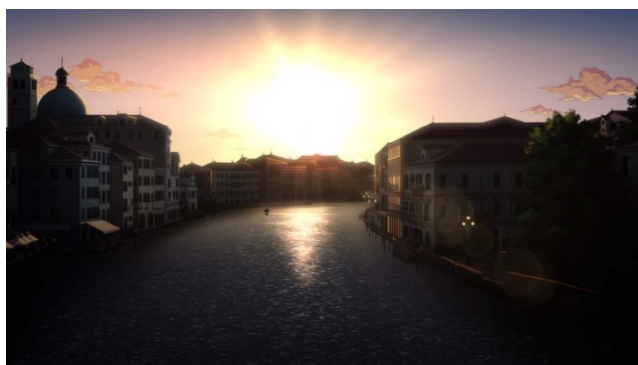


Figura 9 - *Vento Aureo*, ep. 19.



Figura 10 - Francesco Guardi, *Il Canal Grande con San Simeone Piccolo e Santa Lucia*, 1780 circa, <https://www.museothyssen.org/en>.

Un fattore comune a molti degli esempi paesaggistici presentati in questo capitolo è il fatto che essi, prendendo in prestito il termine utilizzato dal regista Dezaki Osamu,¹⁸⁸ sono delle “cartoline ricordo” non solo per quello che vanno a rappresentare ma anche per la precisa funzione che essi rivestono nel linguaggio degli anime e cioè quella di «un “fermo immagine”, che interrompe l’azione punteggiandone con enfasi un momento importante»,¹⁸⁹ in questo caso spesso coincidente con lo spostamento dei personaggi da una location all’altra o con l’inizio o la fine dell’episodio:

La “cartolina ricordo” [...] ha due scopi. Dal punto di vista economico, permette di risparmiare tempo e denaro: basta un solo disegno ben fatto per coprire svariati secondi di spettacolo, magari con il contributo

¹⁸⁸ Conosciuto, oltre che per aver contribuito alla regia di *Lady Oscar*, per la serie *Rocky Joe (Ashita no Jō)*, Mushi Production, 1970-1981), Bellano, Marco, *24 fotogrammi [...]*, cit., pp. 78-79.

¹⁸⁹ *Ivi.*, p. 78.

emotivo della musica, e forse anche di qualche movimento di macchina (un lento zoom sul disegno, per esempio). Gli anime, in effetti, tendono ad apparire meno “mobili” dei disegni animati occidentali, ed è vero che questo ha avuto a che fare con la tendenza a risparmiare sulla quantità di disegni [...]. Al tempo stesso, tuttavia, la “cartolina” ha un significato artistico. Crea una variazione del ritmo e porta nel racconto animato un gusto per l’uso della luce e della composizione del quadro selezionati con cura dal miglior linguaggio cinematografico. Questo bilanciamento delicato tra esigenze di budget e sensibilità creativa è uno degli elementi fondanti di quelli che chiamiamo anime.¹⁹⁰

La differenziazione di Stephanie Malia Hom delle rappresentazioni del paesaggio nelle cartoline contemporanee risulta particolarmente rilevante per la descrizione di un ipotetico Grand Tour portato in scena nelle serie animate analizzate: «In general, postcards today have three dominant representational styles – panorama, close-up, and montage – which correspond to the historical and technological genealogies that have informed the evolution of sightseeing: *veduta*, tourist gaze, and travel glance».¹⁹¹ Il panorama e la veduta sono il fulcro del vedutismo, i cui maggiori esempi si riscontrano nelle opere di Giovanni Battista Piranesi, tra i principali fondatori del genere e del movimento.¹⁹²

Tenendo a mente questi presupposti, un elemento architettonico ricorrente nelle varie serie risulta essere il ponte, tra cui quello di Rialto (fig. 12). Questo, infatti, compare in più di un arco narrativo come elemento di passaggio dei personaggi e si presenta allo spettatore come una sorta di rimando visivo al vedutismo veneziano, rafforzando ancor di più l’effetto ‘cartolina’ delle immagini; da notare come nel manga e nell’anime di *Battle Tendency* (fig. 11-13) il ponte presenta un arco in meno rispetto alla realtà e come nella versione anime di *Vento Aureo* (fig. 14) venga invece rappresentato più fedelmente, facendo intravedere al centro un cartellone pubblicitario della Biennale del 2013, nonostante la narrazione sia ambientata nel 2001; nella stessa sequenza del manga, il ponte e il dettaglio pubblicitario sono assenti e si può quindi affermare che ci sia una volontà registica, indipendente da Araki, di rappresentare dettagli tratti dalla realtà, plausibili per gli anni di debutto della serie (2018-2019).

La stessa funzione estetica è osservabile in una breve inquadratura del Ponte dei Sospiri (fig. 15) nei pressi del quale si nasconde il boss di Passione. Tuttavia, nell’insieme dei ponti che caratterizzano Venezia, il più inserito nella narrazione è il Ponte della Libertà (fig. 16). La voce del narratore esterno nel diciottesimo episodio di *Vento Aureo* recita: “La città fortificata di Venezia galleggia serena sulle acque dell’Adriatico. Esiste solo una strada che collega la città alla terraferma. È il Ponte della Libertà, che si estende su un banco di sabbia di 3,5 chilometri”. Durante la traversata

¹⁹⁰ *Ivi.*, p. 79.

¹⁹¹ Hom, Stephanie Malia, *The Beautiful Country* [...], cit., p. 68.

¹⁹² *Ivi.*, p. 69.

in auto, i personaggi vengono attaccati da Ghiaccio, uno dei traditori del boss, capace appunto di ghiacciare qualsiasi cosa con il suo stand *White Ice*; durante lo scontro egli, senza un motivo apparente, si ferma a riflettere ad alta voce: “Perché traducono i nomi delle città? In Francia si dice *Paris*. È vero, noi diciamo Parigi, ma in inglese dicono *Paris*. E invece Venezia la chiamano *Venice*. E poi dicono *Merchant of Venice*, *Death in Venice*. Perché non dite *Death in Venezia*? Ci volete prendere in giro? Usate il nome in italiano, porca miseria! Queste cose mi fanno imbestialire!”. E subito dopo continua il combattimento più arrabbiato di prima, riproponendo uno stratagemma frequentemente utilizzato da Araki, ovvero quello di inserire riflessioni personali in situazioni improbabili. Nell’anime, la scelta di inserire i nomi delle città in originale (*Paris* in francese e Venezia in italiano, fig. 17), assolvendo ovviamente alla funzione di supporto alle battute del personaggio, può essere paragonata a quella presentata in molte cartoline: l’autenticità ricercata da molti turisti, la ‘prova’ della loro visita, spesso viene rappresentata dalle cartoline inviate, recitanti frasi o parole nella lingua del paese visitato (quindi nel caso dell’Italia, per esempio, “saluti da Venezia”).¹⁹³ Allo stesso modo, l’inserimento del nome della città in lingua originale contribuisce, se non a dare una prova, a conferire un’attenzione maggiore agli aspetti culturali dell’Italia, facendo ‘viaggiare’ mentalmente lo spettatore dentro dinamiche lontane dalla quotidianità.



Figura 11 - Araki Hirohiko, *Battle Tendency*, capitolo 71, 1987-1989, https://jojowiki.com/JoJo_Wiki.

¹⁹³ Ivi., p. 73.



Figura 12 - Ponte di Rialto, Venezia, <https://www.iosonobellezza.it/>.



Figura 13 - *Battle Tendency*, ep. 16.



Figura 14 - *Vento Aureo*, ep. 20.



Figura 15 - *Vento Aureo*, ep. 25.



Figura 16 - *Vento Aureo*, ep. 18.



Figura 17 - *Vento Aureo*, ep. 18.

All'interno della raccolta delle location tipiche del paesaggio veneziano abbiamo l'isola di San Giorgio Maggiore (fig. 18). La caratteristica facciata della chiesa con il campanile è un'immagine ricorrente in *Vento Aureo*, tanto da comparire all'inizio della sigla di apertura della seconda parte della serie (fig. 19); gli ordini del boss (scritti in italiano), inviati alla squadra di Giorno e Bucciariati, sono quelli di portare sua figlia in cima al campanile e lasciarla in mano sua. Guido Mista, uno degli uomini di Bucciariati, pensando ormai di aver concluso la missione festeggia insieme agli altri e comincia ad elencare i vari piatti tipici veneziani da assaggiare: "Spaghetti al nero di seppia e insalata di granchio, deliziosi. E il carpaccio dell'hotel Cipriani è squisito", rimarcando ancora una volta la gastronomia come elemento principale nella definizione della cultura italiana. Poco dopo, tuttavia, i membri del gruppo scoprono l'intenzione del padre di uccidere Trish e, lasciando l'isola con quest'ultima, decidono di tradire l'organizzazione; verso la città si può osservare la caratteristica veduta del campanile di San Marco e di Palazzo Ducale (fig. 22). Gli ambienti sono rappresentati fedelmente anche negli interni, come si nota nella navata centrale della basilica (fig. 20-21).

Le numerose isole della laguna ispirano anche ambienti immaginari, come l'isola di Air Suplena in *Battle Tendency* (fig. 23), dove Joseph e Caesar vengono sottoposti a un duro allenamento; il luogo, dall'aspetto lugubre e architettonicamente stravagante, viene messo a confronto da Caesar con il tipico paesaggio lagunare: "L'Isola Air Suplena si trova a circa trenta minuti in gondola dalla costa. Un'isola tetra e misteriosa, in contrasto con lo sfarzo e lo splendore di Venezia!". La bellezza, ancora, marca fortemente ciò che caratterizza il paesaggio italiano rispetto agli altri; il Bel Paese, uno spazio estetico in cui l'arte e la natura vengono esaltate¹⁹⁴ e poste in un'atmosfera che esprime tranquillità (non a caso molte location sono rappresentate in giornate soleggiate), entra in contrasto con il paesaggio tempestoso dell'isola (enfaticizzato dalla diagonale lirica dell'inquadratura).



Figura 18 - *Vento Aureo*, ep. 20.



Figura 19 - *Vento Aureo*, sigla di apertura, ep. 22-39.

¹⁹⁴ *Ivi.*, p. 62.



Figura 20 - *Vento Aureo*, ep. 20.



Figura 21 - San Giorgio Maggiore, Venezia,
<https://www.lorenzotaccioli.it/>.



Figura 22 - *Vento Aureo*, ep. 21.



Figura 23 - *Battle Tendency*, ep. 16.

San Giorgio Maggiore non è che una delle tante basiliche riprese dalla realtà ed inserite nel corso della narrazione. In *Battle Tendency*, Santa Maria Formosa e la relativa piazza sono teatro di una breve scena in cui i personaggi devono lasciare Venezia per dirigersi verso la Svizzera (fig. 24-25). Sempre durante uno spostamento, in *Vento Aureo* l'inquadratura-cartolina posta alla fine di un episodio fa intravedere in lontananza Santa Maria della Salute (fig. 26), mostrata con il caratteristico «taglio obliquo e molto cinematografico [...] che dà alla composizione dell'immagine grande dinamismo»,¹⁹⁵ una caratteristica comune a molta animazione giapponese seriale.

Un'altra basilica è quella dei Santi Giovanni e Paolo, l'ambientazione di un intero episodio della serie *Così parlò Rohan Kishibe* (fig. 28-29). Rohan racconta a Koichi, già tra i personaggi di *Diamond is Unbreakable*, di un suo viaggio a Venezia per fare ricerche su un nuovo manga. Entrando nella basilica e fotografando i vari ambienti, il mangaka rimane affascinato dai confessionali e dalla funzione di “purgazione dell'anima” che essi rivestono: “Sai cos'è un confessionale? Ce n'è uno in ogni chiesa italiana. Ha due cabine come quelle del telefono. Il parroco entra nella cabina con le tende, mentre il fedele entra nell'altra. [...] Seppur fosse vietato, scattai delle foto in assenza del

¹⁹⁵ Bellano, Marco, *24 fotogrammi [...]*, cit., p. 78.

parroco e osservai da vicino gli intarsi di legno. Poi, per il gusto dell'esperienza, decisi di confessarmi anch'io davanti a un sacerdote. Così entrai nella cabina. Avrei conferito realismo alla mia opera". L'intera trama dell'episodio ruota attorno all'incomprensione di un fedele che, pensando di trovare nell'altra cabina un sacerdote, confessa i propri peccati a Rohan, il quale si può dire che a tutti gli effetti assume le vesti di un ideale turista straniero in un contesto culturalmente lontano da lui. Gli interni, come spesso accade nelle serie trattate, vengono 'riempiti' da silhouette di figure umane (fig. 27), una scelta stilistica che riprende quella optata da Araki nei manga.



Figura 24 - *Battle Tendency*, ep. 18.



Figura 25 – Santa Maria Formosa, Venezia,
<https://www.venicepass.eu/it>.



Figura 26 - *Vento Aureo*, ep. 23.



Figura 27 - *Così parlò Rohan Kishibe*, *Il confessionale*.



Figura 28 - *Così parlò Rohan Kishibe, Il confessionale.*



Figura 29 - Basilica dei Santi Giovanni e Paolo, Venezia, <https://www.travelinpink.com/>.

Proseguendo l'ideale viaggio scandito dalle tappe del Grand Tour, la seconda città più rappresentata nelle serie è Roma, che vanta anch'essa (e forse ancora più di Venezia) una grande tradizione nella rappresentazione delle vedute, principalmente concretizzata nell'operato di Piranesi e nelle numerosissime rielaborazioni visive del Colosseo.¹⁹⁶ Proprio questo viene infatti rappresentato, soprattutto nella contemporaneità, come una sorta di 'particolare' nell'insieme urbano volto ad evocare l'interezza della "città eterna", una caratteristica che più in generale appartiene alle cartoline che mostrano dettagli architettonici o monumenti.¹⁹⁷ In vari episodi è lo scenario di eventi chiave della narrazione: in primis, in *Battle Tendency* i sotterranei immaginari del luogo diventano l'ideale 'tempio' dove gli Uomini del Pilastro vengono risvegliati dal loro sonno millenario. È interessante notare come l'ingresso segreto per tali sotterranei sia la celebre Bocca della Verità (fig. 32), nella realtà topograficamente distante dall'anfiteatro ma che nel racconto diventa il portale di una galleria, attivabile mettendo la mano nella bocca della maschera, un'azione internazionalmente celebre e replicata dai turisti anche grazie alla famosa scena davanti al reperto con Audrey Hepburn e Gregory Peck nel film *Vacanze Romane (Roman Holiday)*, William Wyler, Stati Uniti, 1953).

Negli episodi finali di *Vento Aureo* il Colosseo è invece l'approdo finale di Giorno e della sua squadra, teatro dello scontro con l'antagonista principale (fig. 33-34); nell'ambito dei frequenti stereotipi culinari della serie, inevitabili poiché appartenenti alla visione mediata del patrimonio culturale immateriale dell'Italia (che rappresenta però una forte attrazione turistica applicabile anche nel caso di altri paesi),¹⁹⁸ qui uno dei personaggi, pensando già a quando il boss verrà sconfitto, dice che, quando tornerà a Napoli per festeggiare, mangerà "una pizza Margherita, cotta in un forno a

¹⁹⁶ Hom, Stephanie Malia, *The Beautiful Country [...]*, cit., p. 69.

¹⁹⁷ *Ivi.*, p. 75.

¹⁹⁸ Hernández-Pérez, Manuel, "Thinking of Spain in a flat way": *Visiting Spain and Spanish cultural heritage through contemporary Japanese anime*, in «Mutual Images», I. 3, dicembre 2017, p. 47.

legna, farcita di funghi porcini!”, una pietanza non esattamente tipica della città partenopea. In entrambe le serie, comunque, le vedute proposte presentano ambientazioni perlopiù notturne (fig. 30-31) e prospettive aeree (fig. 35-36), celebri a partire dalle vedute “impossibili” dell’anfiteatro nella tradizione pittorica.¹⁹⁹

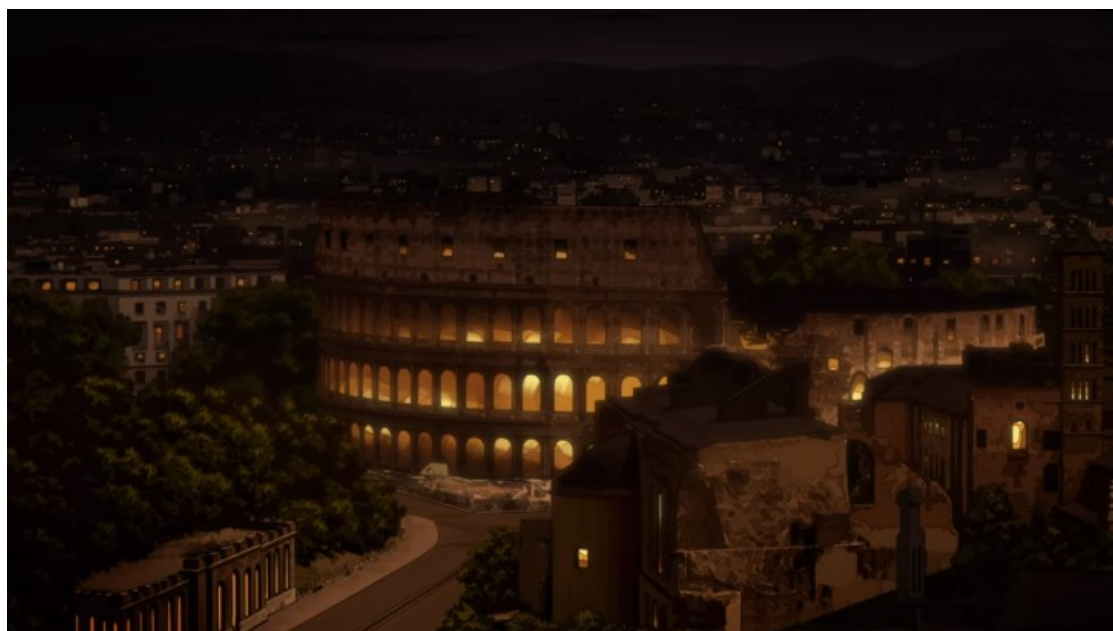


Figura 30 - *Vento Aureo*, ep. 30.

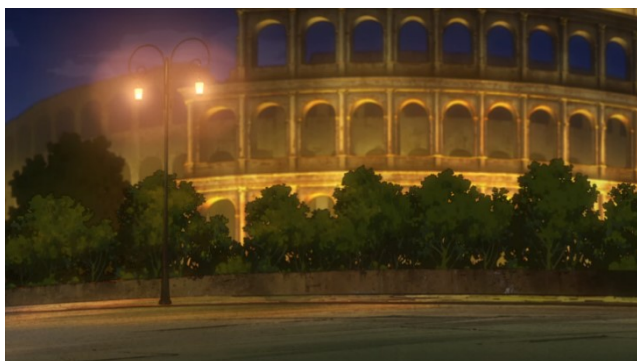


Figura 31 - *Battle Tendency*, ep. 14.



Figura 32 - *Battle Tendency*, ep. 14.



Figura 33 - *Vento Aureo*, ep. 33.

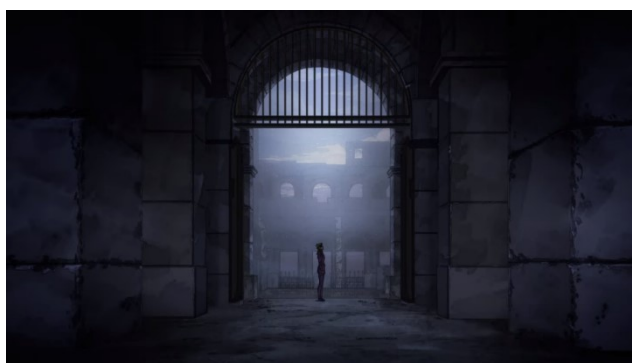


Figura 34 - *Vento Aureo*, ep. 35.

¹⁹⁹ Hom, Stephanie Malia, *The Beautiful Country [...]*, cit., pp. 72-73.

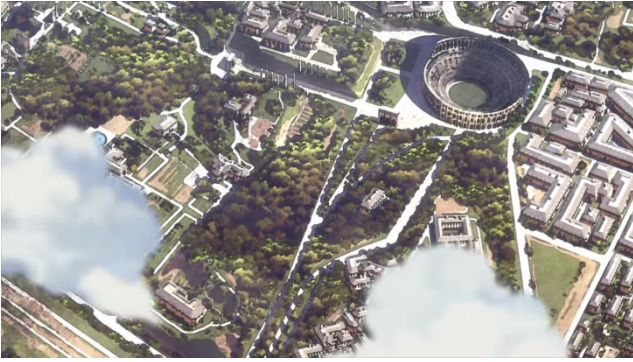


Figura 35 - *Battle Tendency*, ep. 14.



Figura 36 - *Vento aureo*, ep. 38.

All'esterno viene poi rappresentato l'Arco di Costantino (fig. 37), funzionando sempre da rimando visivo all'immaginario comune di Roma. Lo stesso si può dire dei Fori Imperiali, del Monumento a Vittorio Emanuele II e dell'ingresso al colle Palatino in via San Gregorio (rispettivamente fig. 38-39-40). Interessante è l'atteggiamento di Caesar nel quattordicesimo episodio di *Battle Tendency*, quando chiede a una ragazza di passaggio di farle una foto vicino alla Fontana del Tritone (fig. 41). Il particolare della fontana usato per introdurre alla scena si presenta come una cartolina mostrante un dettaglio ravvicinato che, sempre seguendo la suddivisione di Hom,²⁰⁰ idealmente sottintende la città di Roma, luogo dove i due protagonisti sono giunti.

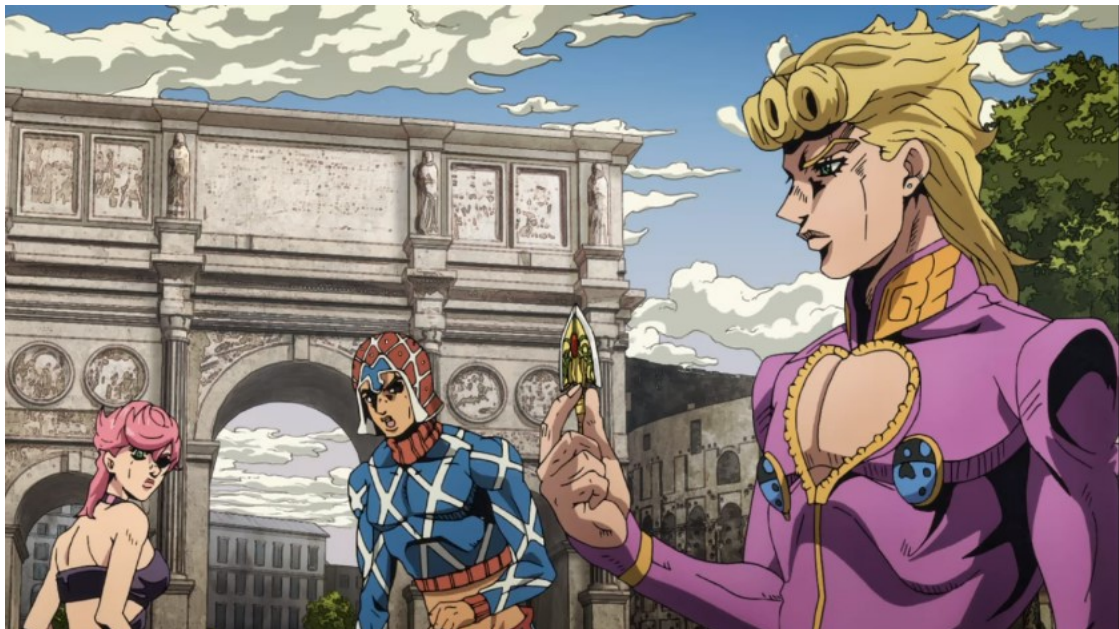


Figura 37 - *Vento Aureo*, ep. 39.

²⁰⁰ *Ivi.*, p. 75.



Figura 38 - *Battle Tendency*, ep. 14.



Figura 39 - *Vento Aureo*, ep. 32.



Figura 40 - *Vento Aureo*, ep. 36.

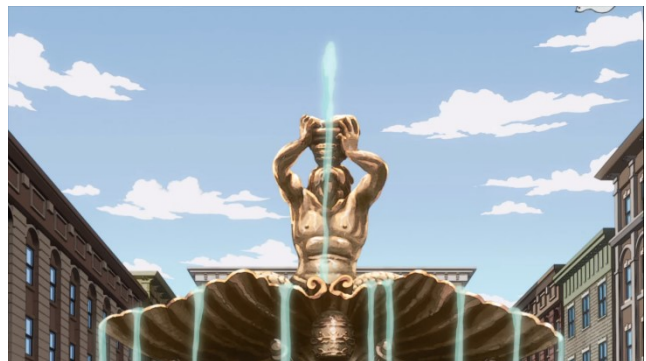


Figura 41 - *Battle Tendency*, ep. 14.

La location dove la serie *Vento Aureo* vede il suo epilogo è la celebre veduta di Castel Sant'Angelo e del relativo ponte (fig. 42). È qui che Giorno riesce ad avere la meglio su Diavolo trasformando il proprio stand in *Gold Experience Requiem*. Nel momento in cui Bucciarati si sacrifica per salvare il resto della sua squadra, ascende al cielo attorniato da putti e il paesaggio viene avvolto da una coltre di nuvole dorate (fig. 43-44), assumendo un aspetto atemporale, simile ai grandi scenari della tradizione pittorica rinascimentale e barocca; si può osservare che lo stesso Giorno (fig. 46), fluttuante a mezz'aria, contornato da un'aura fiammeggiante, viene rappresentato con caratteristiche comuni a quelle degli angeli posti sul ponte, come le chiome ricciolute e il chiaroscuro marcato (fig. 45- 47).

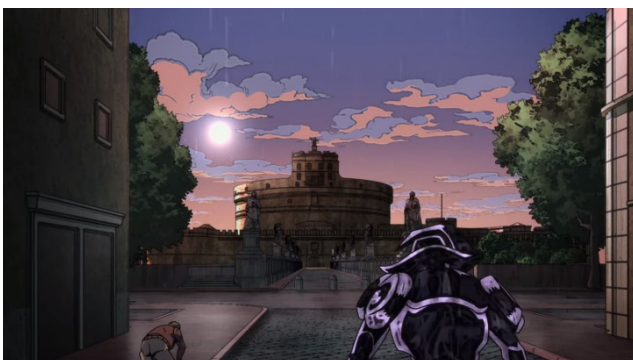


Figura 42 - *Vento Aureo*, ep. 36.



Figura 43 - *Vento Aureo*, ep. 37.



Figura 44 - *Vento Aureo*, ep. 37.

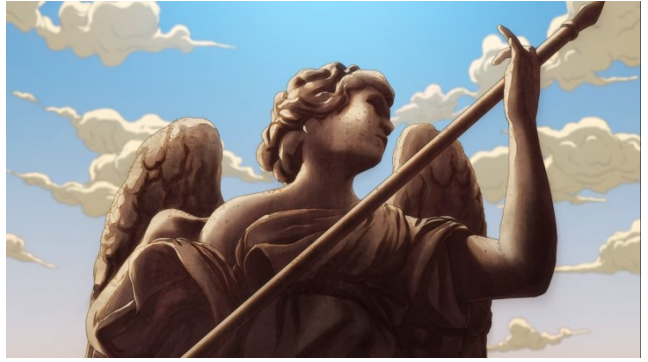


Figura 45 - *Vento Aureo*, ep. 37.



Figura 46 - *Vento Aureo*, ep. 37.



Figura 47 - Gian Lorenzo Bernini, copia di Giulio Cartari, *Angelo con cartiglio*, 1668-1669 circa, Ponte Sant'Angelo, Roma, fotografia scattata da me.

La terza città emblema del paesaggio storico e urbano italiano è Napoli, indicata come *Neapolis* in molte delle cartine dell'Italia mostrate nel corso degli episodi di *Vento Aureo*. Proprio nelle prime inquadrature della serie viene mostrata l'immagine-cartolina di Castel dell'Ovo (fig. 48-49), ripresa pedissequamente dall'angolazione impostata dal manga (fig. 50), in cui vediamo anche una torre di Castel Nuovo, un'insegna chiaramente richiamante la Divina Commedia ('dislocata' dall'ambiente fiorentino a cui necessariamente lo spettatore italiano la riferisce) e dei pomodori in vendita a quattromila lire. Tra i vari scorci si segnala inoltre quello di Piazza Bovio (fig. 51-52).

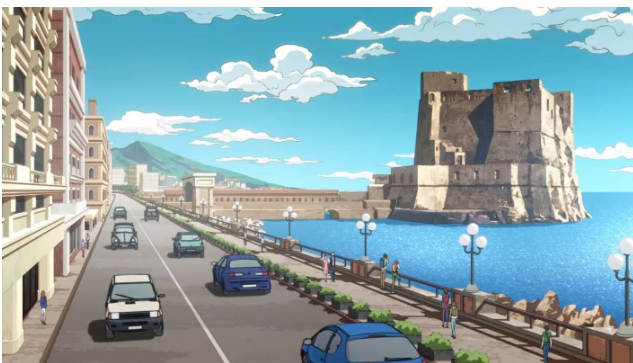


Figura 48 - *Vento Aureo*, ep. 1.



Figura 49 - Castel dell'Ovo, Napoli, <https://www.campania.info/>.

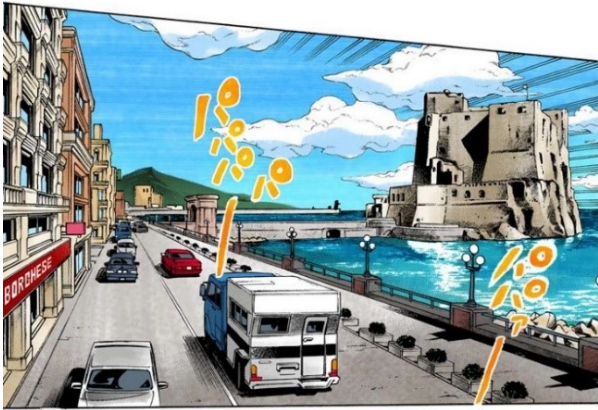


Figura 51 - *Vento Aureo*, ep. 5.

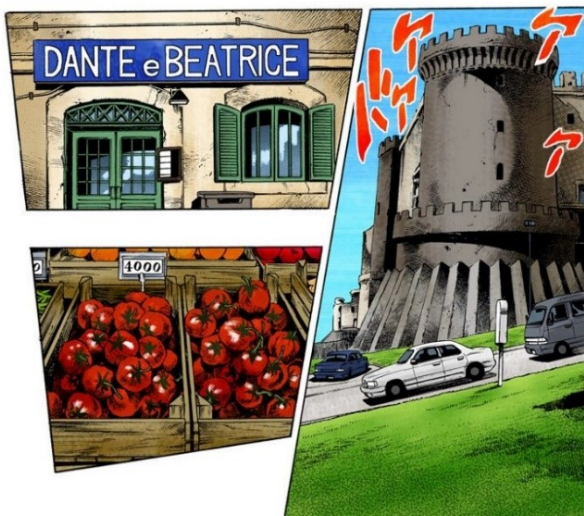


Figura 50 - Araki Hirohiko, *Vento Aureo*, capitolo 442, 1995-1999, https://jojowiki.com/JoJo_Wiki.



Figura 52 - Piazza Bovio, Napoli, <https://www.italia.it/it>.

Non mancano poi le caratteristiche vedute sul golfo con il profilo del Vesuvio (fig. 53-54), impostate con prospettive rialzate simili a quelle dei “belvedere” urbani, storicamente molto legati allo sguardo turistico.²⁰¹ La voce narrante introduce così l’ambiente: “Napoli, una città dell’Italia meridionale, è una destinazione turistica così pittoresca, che c’è un detto che dice: ‘Vedi Napoli e poi muori’”. È infatti questo il luogo in cui l’Italia intesa come Bel Paese viene maggiormente enfatizzata, accompagnata da una forte componente turistica incarnata da due donne che chiedono a Giorno dove si trova la basilica di Santa Chiara; inoltre, le già citate “cartoline ricordo” sono presenti in gran numero, tra cui una raffigurante la sede dell’Università Federico II (fig. 55). Tuttavia, gli aspetti positivi e stereotipati vengono accostati a quelli meno gradevoli, presenti nelle retrovie, ovvero lo spaccio di droga (che coinvolge anche i ragazzini), la corruzione delle forze dell’ordine e le quotidiane rapine ai turisti, ignari dell’accaduto. Il mondo del crimine, come si è detto, è centrale nella

²⁰¹ *Ivi.*, p. 68.

narrazione²⁰² e spesso anche negli ambienti rappresentati, come nel caso della prigione dove Giorno è costretto ad accedere, una struttura le cui mura esterne ricordano quelle del carcere di Poggioreale (fig. 56-57).



Figura 53 - *Vento Aureo*, ep. 1.

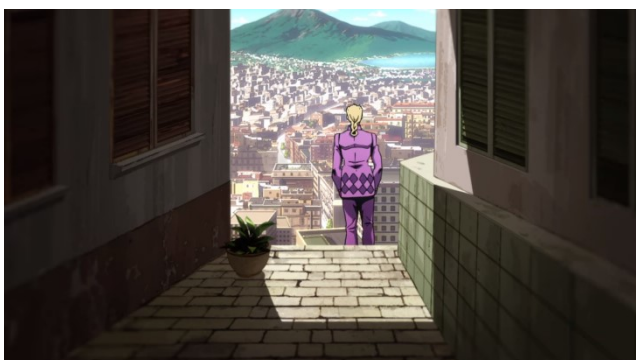


Figura 54 - *Vento Aureo*, ep. 1.



Figura 55 - *Vento Aureo*, ep. 12.

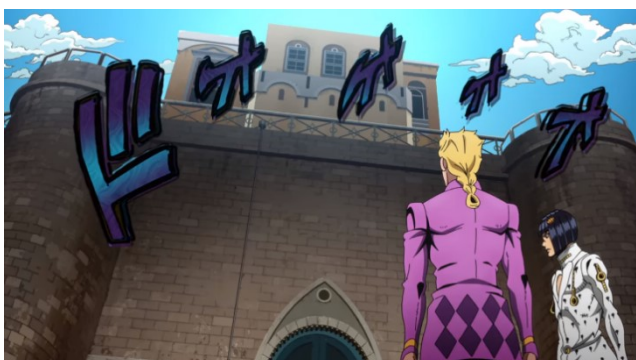


Figura 56 - *Vento Aureo*, ep. 3.



Figura 57 - Carcere di Poggioreale, Napoli,
<https://www.reddit.com/>.

²⁰² «In molti potrebbero storcere il naso. Eppure l'anime "Le Bizzarre avventure di JoJo", nelle puntate ambientate all'ombra del Vesuvio, [è] un vero e proprio omaggio a Napoli. Perché, se è vero che è evidente il collegamento tra la città e la malavita locale, è altrettanto giusto ringraziare il papà del manga, Hirohiko Araki, per come ha rappresentato Napoli nei suoi disegni [...] [producendo] una ventata di turismo proveniente dall'Oriente», Lettori di «Storie di Napoli», *Le bizzarre avventure di JoJo a Napoli: [...]*, cit., <https://storienapoli.it/>, luglio 2022, consultato il 10 marzo 2024.

Il porto di Marina Grande sull'isola di Capri è un'altra delle location collegate all'idea di Bel Paese (fig. 58-59). Qui Mista, durante una missione, si ferma a pranzare nascosto vicino al molo, Giorno gli dice più volte che non hanno tempo ma lui non ne vuole sapere: “Ho detto che è ora di pranzo. Quando è ora di pranzo, è ora di pranzo. In questo Paese, anche i negozi e le librerie fanno una pausa. Nessuno lavora se non pranza”. Una battuta che rinvia a un altro concetto ricorrente, stereotipato riferito all'Italia: “il dolce far niente”, un'idealizzazione ottocentesca, inizialmente riferita solo al Meridione, per cui gli italiani vengono catalogati per la loro mancanza di produttività in confronto alle popolazioni degli altri paesi europei, come per esempio gli inglesi, storicamente considerati più ‘pragmatici’.²⁰³

Pompei viene rappresentata fedelmente ma ancora una volta il paesaggio viene ‘svuotato’ dalle grandi masse di visitatori che nella realtà affollano gli antichi viali (fig. 60-61). Qui il fascino della location emerge nell'evocazione del passato tragico del luogo, a seguito dell'eruzione del 79 d. C. narrata da uno dei personaggi; anche la minuziosità della rappresentazione dell'itinerario pompeiano emerge nell'ingresso della casa del Poeta Tragico, con il dettaglio del mosaico del *Cave Canem* (fig. 62-63).

In sintesi, come testimoniato dai numerosi esempi visivi finora mostrati, il paesaggio italiano viene rappresentato soprattutto in relazione alla monumentalità relativa alla statuaria e all'architettura, un particolare insieme di immagini veicolato dalla grande diffusione internazionale e interculturale del vedutismo e della storia dell'arte italiana, esemplificato concretamente nelle grandi città e nelle location interne ad esse, definibili “iconiche” proprio per l'attrazione turistica che nella storia le ha caratterizzate (si osservi come alcuni di questi luoghi vengano mostrati nella cartina del primo episodio di *Vento Aureo*, fig. 64).



Figura 58 - *Vento Aureo*, ep. 7.



Figura 59 - *Vento Aureo*, ep. 8.

²⁰³ Hom, Stephanie Malia, *The Beautiful Country* [...], cit., pp. 53-59.



Figura 60 - *Vento Aureo*, ep. 12.



Figura 61 - Pompei, <https://www.reddit.com/>.



Figura 62 - *Vento Aureo*, ep. 12.



Figura 63 - Mosaico del *Cave Canem*, Casa del Poeta Tragico, Pompei, <https://www.repubblica.it/>.



Figura 64 - *Vento Aureo*, ep. 1.

2.3.3. Stazioni e trasporti

Il viaggio è un veicolo narrativo frequentemente utilizzato da Araki, già presente, oltre che nelle serie trattate, in *Stardust Crusaders*. A segnalare gli spostamenti sono appunto le numerose cartine inserite negli episodi (fig. 65-66), volte a segnalare il succedersi delle location, replicando un espediente visivo che ricorda quello utilizzato nella celebre saga hollywoodiana di *Indiana Jones* (1981-2023). Ma oltre ai mezzi di trasporto, ad essere rappresentate maggiormente sono le stazioni ferroviarie e aeroportuali: i luoghi delle partenze e degli arrivi dei personaggi.

Tra le location più rappresentative della dimensione turistica, sottintesa in tutta la struttura del racconto di *Vento Aureo*, si segnala l'aeroporto di Napoli, in cui Koichi arriva dal Giappone per indagare sull'identità di Giorno, inizialmente temuto per la sua parentela con Dio. Proprio fuori dall'aeroporto i due si incontrano (fig. 67-68) e Giorno, fingendo di portarlo in centro in taxi, gli ruba i bagagli ma Koichi riesce a fermarlo con il suo stand, mantenendo fede al proprio avvertimento: “Ti avverto, sembro un ingenuo turista giapponese, ma non sottovalutarmi. Ti conviene mantenere la parola e portarmi in hotel”. Riuscendo a fuggire, Giorno si nasconde nelle vicinanze; nella serie anime si nota il parcheggio multipiano dell'aeroporto pubblicizzante l'acqua “Ferrarelle”, cambiata in “Foirerelle” (fig. 69-70). Questi luoghi vengono visitati dai fan allo stesso modo con cui visitano le location più celebri, spesso andando direttamente sul posto per fotografare l'edificio mostrato in una particolare scena o addirittura imitando la posizione dei personaggi in un'inquadratura specifica,²⁰⁴ un comportamento diffuso soprattutto tra i turisti giapponesi,²⁰⁵ i quali in molti paesi vengono definiti a partire dal loro carattere “cosmopolita”, legato a svariati interessi, riguardanti la gastronomia, lo shopping e chiaramente il turismo culturale.²⁰⁶ La riproduzione di queste location in animazione, spesso considerate secondarie rispetto ai siti storici, etichettati come ‘pittoreschi’, contribuisce alla



Figura 65 - *Vento Aureo*, ep. 18.



Figura 66 - *Vento Aureo*, ep. 26.

²⁰⁴ *I Traveled to Italy and Became a Living JoJo's Reference*, <https://www.youtube.com/watch?v=SH0zLtwzSLE>, consultato il 10 marzo 2024.

²⁰⁵ Okamoto, Takeshi, *Otaku tourism and [...]*, cit., p. 24.

²⁰⁶ Hernández-Pérez, Manuel, “Thinking of Spain in a flat way” [...], p. 46, traduzione mia.

«sacralizzazione della visione»²⁰⁷ dei dettagli ‘secondari’ del paesaggio italiano, i quali diventano essi stessi una meta turistica; questo processo è riconducibile alla tipologia di rappresentazione delle cartoline *close-up* (la visione ravvicinata di elementi paesaggistici), nata a partire dalla diffusione tra i turisti del medium fotografico.²⁰⁸



Figura 67 - *Vento Aureo*, ep. 1.



Figura 68 - Aeroporto Internazionale di Napoli, <https://www.aeroportodinapoli.it/home>.



Figura 69 - *Vento Aureo*, ep. 1.



Figura 70 - NAP Multipiano, Napoli, <https://www.reddit.com/>.

Sempre a Napoli, la funicolare che collega varie zone della città è ripresa fedelmente dalla realtà, mostrando la linea della Funicolare Centrale e utilizzando uno dei vagoni come luogo di confronto tra Giorno e Bucciarati (fig. 71-72). Le altre location relative ai trasporti sono il porto di Marina Grande (dove i personaggi sbarcano, fig. 58) e la stazione ferroviaria di Napoli Centrale che qui ha un aspetto insolito poiché, per quanto non tradisca l'architettura reale degli esterni, presenta delle ibridazioni con le gallerie dei binari di Milano Centrale, presenti anche nel manga (fig. 73-75).

Il fatto che le stazioni ferroviarie siano assai ricorrenti non stupisce dal momento che da sempre il viaggio in treno è un soggetto del cinema e dell'animazione²⁰⁹ e rappresenta un insieme di luoghi

²⁰⁷ Hom, Stephanie Malia, *The Beautiful Country [...]*, cit., p. 73, traduzione mia.

²⁰⁸ *Ivi.*, p. 71.

²⁰⁹ Pallant, Chris, *Animated Landscapes [...]*, cit., pp. 159-177.

dove persone e racconti diversi si incontrano tra loro;²¹⁰ le altre stazioni mostrate sono quelle di Roma Termini e di Venezia Santa Lucia (fig. 76-77), già intravista nel manga di *Battle Tendency* (fig. 11). Proprio sulla facciata di quest'ultima viene evidenziata la colonna con il Leone alato, 'spostata' dalla sua reale posizione a fianco di quella di San Todaro in Piazza San Marco, mostrando una sorta di veduta immaginaria, contenente ibridazioni, un montaggio di immagini assimilabile a quello presente in molte cartoline delle città italiane, connesso al *travel glance*, l'occhiata veloce e frenetica di molti turisti nella contemporaneità,²¹¹ accentuata anche dal montaggio serrato delle inquadrature delle stazioni, spesso mostrate solo per pochi secondi.

Sempre in laguna, l'aeroporto Marco Polo è fatto brevemente apparire durante la fuga verso la Sardegna (fig. 78). Alcuni dei percorsi, ideali 'itinerari' turistici dei personaggi, vengono indicati da mappe più dettagliate delle città (fig. 79).



Figura 71 - *Vento Aureo*, ep. 1.



Figura 72 - *Vento Aureo*, ep. 1.



Figura 73 - Araki Hirohiko, *Vento Aureo*, capitolo 486, 1995-1999, https://jojowiki.com/JoJo_Wiki.

²¹⁰ *Ivi.*, p. 169.

²¹¹ Hom, Stephanie Malia, *The Beautiful Country [...]*, cit., pp. 76-80.



Figura 74 - *Vento Aureo*, ep. 14.



Figura 75 - Stazione di Milano Centrale, <https://www.lastampa.it/>.



Figura 76 - *Vento Aureo*, ep. 18.



Figura 77 - *Vento Aureo*, ep. 19.



Figura 78 - *Vento Aureo*, ep. 24.

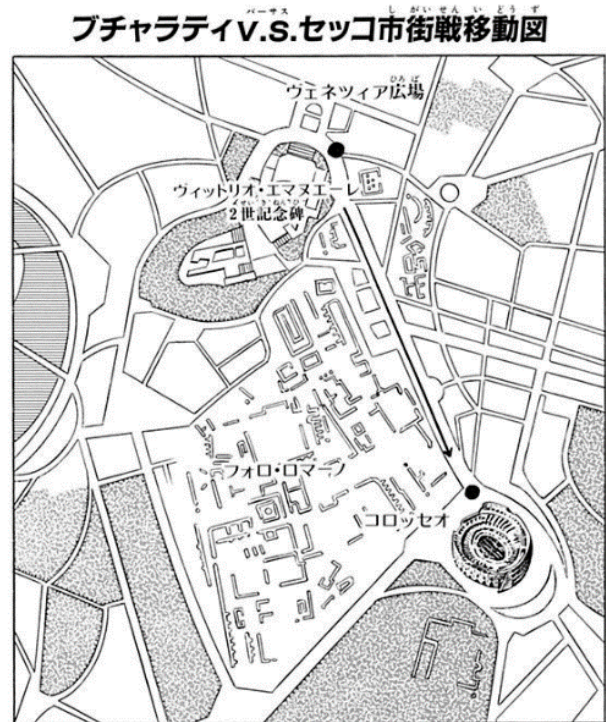


Figura 79 - Araki Hirohiko, *Vento Aureo*, capitolo 564, 1995-1999, https://jojowiki.com/JoJo_Wiki.

2.3.4. Paesaggi naturali

Le location che contribuiscono a definire le caratteristiche dell'Italia non sono solo quelle marcate da una forte presenza umana: anche il paesaggio naturale emerge con degli esempi che si inseriscono pienamente nelle serie. Il paesaggio urbano e quello naturale, infatti, non sono mai perfettamente divisibili e presentano reciproche influenze; vengono qui schematicamente differenziati per una scelta puramente funzionale.

Le location più ricorrenti sono le isole: in primis quella di Capri (fig. 80-81) esaltata per la sua storia e soprattutto la sua bellezza, sottolineata, come nel caso di Napoli, dalla voce narrante: “Un tempo gli antichi greci colonizzarono ogni zona del Mediterraneo andando alla ricerca dei luoghi con il paesaggio più bello al mondo. Capri era uno di questi: il vasto mare azzurro sotto un cielo scintillante, contro il quale si stagliano gli imponenti faraglioni bianchi, come fortezze che proteggono la costa. Durante l’Impero Romano, l’isola veniva usata come villa e ci fu anche un imperatore che non tornò a casa per dieci anni” (allusione all’imperatore Tiberio).

L’isola di Vulcano rappresenta poi l’epilogo di *Battle Tendency*, in cui Joseph riesce a fermare l’Essere Supremo (leader degli Uomini del Pilastro) grazie alla forza distruttrice di un’eruzione magmatica, illustrata nelle immagini da prospettive aeree che tuttavia presentano un’isola geograficamente più simile a quella di Stromboli (fig. 82-83). Sempre il paesaggio marittimo torna in *Vento Aureo* con le scogliere della Costa Smeralda (fig. 84), luogo in cui viene scoperto il volto del boss. Qui la voce narrante continua a fare leva sulla bellezza estetica, descrivendo l’ambiente come “un luogo incontaminato, fuori dal tempo e dalla storia”. Trish nel ventiquattresimo episodio spiega che i suoi genitori si erano conosciuti lì vicino, quando la madre era in vacanza a Cala di Volpe, una località turistica realmente esistente che appare brevemente in uno scorcio (fig. 85).

In alcune occasioni, spesso concomitanti a un flash-back, il paesaggio rurale della campagna viene rappresentato senza una precisa posizione geografica, tuttavia ascrivibile ai paesaggi della Toscana e più in generale del centro Italia (fig. 86-87). Tali paesaggi, sempre svolgendo la funzione di fermo immagine funzionale alla tecnica animata, possono essere considerati delle vere e proprie vedute da un finestrino durante un viaggio,²¹² in questo caso veicolato da un montaggio serrato che necessariamente porta lo spettatore ad assumere (come un ideale turista in treno) un’occhiata veloce sulle location presentate a schermo.²¹³

Come si nota, gli esempi di tali tipologie di paesaggi mostrano quasi sempre la presenza dell’uomo, sia essa rappresentata dalle persone stesse o dagli elementi costruiti da queste (edifici,

²¹² *Ivi.*, p. 76.

²¹³ Pallant, Chris, *Animated Landscapes [...]*, cit., p. 161.

automobili, strade). Inoltre, nella quasi totalità delle vedute analizzate in questo capitolo, il paesaggio viene ‘svuotato’ dalle persone che idealmente lo potrebbero abitare e, se proprio sono presenti, sono in numero esiguo e hanno movimenti limitati, a volte in raggruppamenti di silhouette stilizzate. Questo, oltre che a seguire dettami autoriali, può essere ricondotto alla parsimonia delle animazioni, concretizzata fondamentale nel carattere ‘economico’ della “cartolina ricordo” ma anche nell’esaltazione dello spazio estetico del Bel Paese, ambientazione dell’ideale tour dei personaggi e teatro dei bizzarri scontri tra stand.



Figura 80 - *Vento Aureo*, ep. 7.

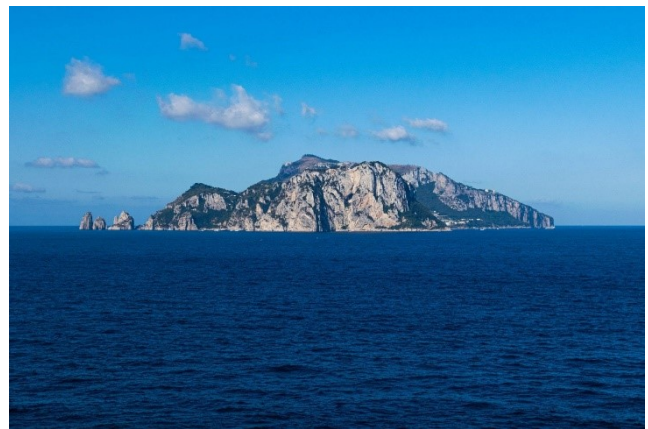


Figura 81 - Isola di Capri, <https://isoladicapriportal.com/>.



Figura 82 - *Battle Tendency*, ep. 26.



Figura 83 - Isola di Stromboli, <https://www.italia.it/en>.



Figura 84 - *Vento Aureo*, ep. 26.



Figura 85 - *Vento Aureo*, ep. 24.



Figura 86 - *Vento Aureo*, ep. 34.



Figura 87 - *Così parlò Rohan Kishibe, Il confessionale*.

2.4. Fenomeni turistici connessi alla serie

Le bizzarre avventure di JoJo è un titolo diffuso anche nel mercato parallelo a quello del binomio manga-anime, ovvero quello di tutte le merci e gli eventi che presentano un legame con la narrazione o semplicemente con lo stile grafico sviluppati da Araki. Gadget di ogni genere, videogiochi, collaborazioni con Gucci e un'esibizione al Louvre delle tavole dell'autore, sono alcuni

esempi della celebrità della serie nel mondo;²¹⁴ nel dicembre del 2023 gli interni dei treni di alcune linee della metropolitana di Tokyo sono stati decorati con poster e adesivi per celebrare la serie manga e la sua nona parte, *The JoJoLands*.²¹⁵

La forte internazionalità permeante tutta la serie si manifesta, oltre che nei rimandi pop inseriti dall'autore (come nei nomi degli stand *Red Hot Chili Pepper*, *Killer Queen* e *King Crimson*), nella ricerca, molto popolare tra i fan, della *JoJo's reference*, una citazione più o meno diretta all'universo di *Le bizzarre avventure di JoJo* che si può riscontrare in molti media: la scena di un anime, la vignetta di un manga, una frase in un film, persino la posizione di una persona nella realtà può ricordare una *JoJo pose* e diventare un contenuto virale sui social network. Come si è visto nel capitolo precedente, le imitazioni delle movenze dei personaggi (se non addirittura del vestiario nella pratica dei *cosplayer*) sono comportamenti largamente diffusi tra i fan e soprattutto tra quelli in visita alle location dove gli anime vengono ambientati. I numerosi paesaggi che si susseguono nel corso della narrazione non possono quindi che inserirsi in questo mercato allargato attraverso le promozioni turistiche.

L'Italia, nel campo del turismo a tema anime, è una meta ambita dai molti pellegrini provenienti dall'estero. Ma come spesso accade quando ci si interfaccia a una cultura attraverso le immagini scaturite dal cinema, dalle serie tv, dai romanzi e, nel caso del Giappone in particolar modo, dagli anime, si costruisce appunto una certa immagine di un paese, delle sue città e dei suoi abitanti, a volte molto distaccata dalla realtà effettiva, facendo un'operazione di semplificazione e omogeneizzazione culturale.²¹⁶ Allo stesso modo, le molte narrazioni delle animazioni nipponiche ambientate in Italia spesso, pur condividendo il fatto di svolgersi nello stesso paese, vengono poste dal pubblico esterno alla penisola sullo stesso livello, come accade, per esempio, tra *Le bizzarre avventure di JoJo*, una serie dai tratti violenti e grotteschi, e un film come *Porco Rosso (Kurenai no buta)*, Miyazaki Hayao, Giappone, 1992), pellicola decisamente più pacata nei toni, indirizzata a un pubblico più vasto e qualitativamente superiore nelle animazioni rispetto alla serie sopra citata. Il paesaggio italiano è quindi costruito a partire da un'immagine mediata da uno sguardo esterno e per molti spettatori rappresenta solo un elemento che funge da sfondo al più grande processo narrativo dei contenuti.²¹⁷ Tuttavia, il fascino verso l'Italia rimane una costante globale e gli anime non sminuiscono l'interesse

²¹⁴ Fuentes, Tracy, Green Ph. D., Amy M., *The Joestar Spirit [...]*, cit., p. 1.

²¹⁵ Vish, "JoJo Train Jacking" Takes Place in Tokyo from December 16 to 31, 2023, in «JoJo's Bizarre Encyclopedia News», <https://jojo-news.com/>, dicembre 2023, consultato il 10 marzo 2024.

²¹⁶ Un meccanismo valido per l'Oriente verso l'Occidente e viceversa, come si è visto nello scorso capitolo con la distribuzione dei contenuti durante l'*anime boom* occidentale.

²¹⁷ Lavarone, Giulia, Bellano, Marco, *Anime tourism in Italy: Travelling to the locations of the Studio Ghibli films*, in «Mutual Images», I.10, dicembre 2021, p. 240.

degli spettatori per il paesaggio associato alla penisola e, anzi, incentivano il turismo e l'approfondimento culturale.

Un esempio di *anime pilgrimage* in Italia è il tour organizzato da Kinki Nippon Tourist Kanto, un'agenzia affiliata a KNT-CT Holdings Co., Ltd., una società giapponese che si occupa di viaggi per utenti singoli ed enti pubblici;²¹⁸ nel 2019, dopo quelli nei luoghi delle serie *Banana Fish* e *Aria* (rispettivamente New York e Venezia), viene proposto un viaggio lungo le tappe del percorso intrapreso dai personaggi di *Vento Aureo*, in occasione della trasmissione dell'ultimo episodio.^{219 220}

Il tour prevede due offerte: la prima, "Gold Experience" (dal nome dello stand del protagonista) comprende un viaggio di sei giorni tra Napoli, Pompei, Roma e Venezia, focalizzato soprattutto sui luoghi in cui le scene sono ambientate (Castel Nuovo a Napoli, il mosaico *Cave Canem* a Pompei e naturalmente il Colosseo), per un costo di 343'000 yen, mentre la seconda, "Gold Experience Requiem", offre lo stesso itinerario ma con un giorno in più e con un costo più alto, 383'000 yen (rispettivamente 2'100 e 2'400 euro circa, facendo fede al valore dello yen nel 2024). Interessanti sono le avvertenze sul sito che invitano ironicamente i turisti a evitare di imbattersi in possibili scontri tra stand: non cercare specchi tra le strade di Pompei (un rimando allo stand di Illuso, personaggio che intrappola le persone in una realtà parallela attraverso degli specchi), non addormentarsi dentro al Colosseo (l'effetto di uno stand sui personaggi alla fine della serie) e non ghiacciare il canale di Venezia (cosa che accade durante il combattimento sul Ponte della Libertà, nella laguna veneziana).

Questo tour è un esempio particolarmente azzeccato di turismo dei contenuti dal momento che si collega perfettamente con la narrazione raccontata in *Vento Aureo*, una stagione, come si è già accennato, che più delle altre presenta una struttura che si può collegare a una sorta di itinerario turistico: l'inizio all'aeroporto di Napoli con Giorno che si finge tassista per rubare i bagagli al primo turista ingenuo che passa, gli spostamenti alle stazioni ferroviarie di Roma Termini e Venezia Santa Lucia, le descrizioni del narratore esterno (vero elemento comune tra le varie stagioni) delle tante location, sono tutti elementi che rimandano a un ideale viaggio in Italia visto dagli occhi di un pellegrino in una terra straniera, inevitabilmente esaltata per la sua esoticità e contemporaneamente per le sue peculiarità paesaggistiche e socioculturali.

Non mancano poi gli utenti che confrontano le foto del loro viaggio in varie città italiane con le inquadrature presenti nell'anime. Ad esempio, Reddit (un sito che offre la possibilità di pubblicare contenuti di intrattenimento o notizie di attualità e creare forum di discussione) fornisce due post

²¹⁸ Sito ufficiale di KNT-CT Holdings Co., Ltd.: <https://www.kntcthd.co.jp/ja/>, consultato il 10 marzo 2024.

²¹⁹ Loveridge, Lynzee, *Follow the Footsteps of Passione on Official JoJo's Italy Tour*, in «Anime News Network», <https://www.animenewsnetwork.com/>, agosto 2019, consultato il 10 marzo 2024.

²²⁰ «La sera, presso l'hotel [a Venezia] si terrà la proiezione dell'episodio finale dell'anime, rendendolo un luogo davvero sacro dove i fan potranno condividere le loro emozioni tra loro», comunicato di Kinki Nippon Tourist Kanto, traduttore automatico di Google, <https://www.knt.co.jp/kouhou/news/19/no022.html>, agosto 2019, consultato il 10 marzo 2024.

particolarmente significativi. Il primo²²¹ è un confronto visivo tra le location di *Vento Aureo* e la realtà paesaggistica di Napoli, Pompei e l'isola di Capri; il secondo²²² presenta sempre lo stesso confronto ma prendendo in esame anche Roma e Venezia nelle varie stagioni della serie, aggiungendo dei commenti sull'aspetto dei luoghi reali, quali ad esempio sulle differenti dimensioni della Bocca della Verità e dei gradini di un molo sull'isola di San Giorgio Maggiore rispetto a quelle raffigurate nell'anime.

In conclusione, i flussi turistici in Italia correlati a *Le bizzarre avventure di JoJo* si inseriscono pienamente nel reciproco scambio interculturale e transnazionale tra l'Occidente e la complessa società giapponese e nel contesto generale della globalizzazione dove ogni individuo è contemporaneamente partecipe e protagonista di un arricchimento socioculturale collettivo.

²²¹ *I visited Naples and here is jojo irl*, <https://www.reddit.com/>, consultato il 10 marzo 2024.

²²² *(SLIGHT SPOILER WARNING?) I was on a trip to Italy very recently, and I decided to take pictures of different places which were seen in Jojo, with a side by side comparison!*, <https://www.reddit.com/>, consultato il 10 marzo 2024.

Bibliografia

Testi sul cinema d'animazione

Monografie:

Bellano, Marco, *24 fotogrammi per una storia dell'animazione essenziale ma esaustiva. Manualetto ad uso di studenti e appassionati*, Roma: Dino Audino, 2021.

Bendazzi, Giannalberto, *Animazione: Una Storia Globale*, Milano: Utet, voll. I-II, 2017.

Fontana, Andrea, Tarò, Davide, *Anime. Storia dell'animazione giapponese 1984-2007*, Piombino: Edizioni Il Foglio, 2007.

Novielli, Maria Roberta, *Animerama. Storia del cinema d'animazione giapponese*, Venezia: Marsilio, 2015.

Pallant, Chris, *Animated Landscapes: History, Form and Function*, London: Bloomsbury, 2015.

Uva, Christian (a cura di), *Il cinema d'animazione. Gli scenari contemporanei dal cartoon al videogame*, Roma: Carocci, 2023.

Articoli:

Ciotta, Mariuccia, *Walt e Hayao*, in «Linus», vol. 1, gennaio 2024, pp. 72-75.

G., Sheuo Hui, *To be or Not to be: The Controversy in Japan over the Anime Label*, in «Animation Studies», 2009, vol. IV, pp. 35-43.

Imai Messina, Laura, *Il privilegio di non sapere*, in «Linus», vol. 1, gennaio 2024, pp. 54-56.

Teti, Marco, *Gli aspetti rituali della narrativa fantastica e fantascientifica giapponese a disegni animati nella riflessione critico-teorica occidentale*, in «Cinergie», vol. 5, marzo 2014, pp. 153-161.

Testi e articoli legati al turismo:

Castellaneta, Grazia, *L'anime tourism: caratteristiche ed esempi di un caso particolare di cineturismo*, Tesi di laurea, Università della Valle d'Aosta, Dipartimento di Scienze Umane e Sociali, Corso di Lingue e comunicazione per l'impresa e il turismo, a.a. 2019-2020, relatore Raffaella Odicino.

Hernández-Pérez, Manuel, “Thinking of Spain in a flat way”: *Visiting Spain and Spanish cultural heritage through contemporary Japanese anime*, in «Mutual Images», I. 3, dicembre 2017, pp. 43-69.

Hom, Stephanie Malia, *The Beautiful Country. Tourism and the Impossible State of Destination Italy*, Toronto - Buffalo - London: University of Toronto Press, 2015.

Lavarone, Giulia, Bellano, Marco, *Anime tourism in Italy: Travelling to the locations of the Studio Ghibli films*, in «Mutual Images», I.10, dicembre 2021, pp. 217-250.

Lettori di «Storie di Napoli», *Le bizzarre avventure di JoJo a Napoli: l'anime omaggia la città*, in «Storie di Napoli», <https://storienapoli.it/>, luglio 2022, consultato il 10 marzo 2024.

Loveridge, Lynzee, *Follow the Footsteps of Passione on Official JoJo's Italy Tour*, in «Anime News Network», <https://www.animenewsnetwork.com/>, agosto 2019, consultato il 10 marzo 2024.

Miyake, Toshio, *Il boom dell'Italia in Giappone: riflessioni critiche su Occidentalismo e Italianismo*, in «Between», I.1, <https://ojs.unica.it/index.php/between>, maggio 2011, consultato il 10 marzo 2024, pp. 1-17.

Okamoto, Takeshi, *Otaku tourism and the anime pilgrimage phenomenon in Japan*, in «Japan Forum», vol. 27, n.1, 2015, pp. 12-36.

Vish, “*JoJo Train Jacking*” *Takes Place in Tokyo from December 16 to 31, 2023*, in «JoJo's Bizarre Encyclopedia News», <https://jojo-news.com/>, dicembre 2023, consultato il 10 marzo 2024.

Siti e post riguardanti il turismo:

(*SLIGHT SPOILER WARNING?*) *I was on a trip to Italy very recently, and I decided to take pictures of different places which were seen in Jojo, with a side by side comparison!*, <https://www.reddit.com/>, consultato il 10 marzo 2024.

Comunicato di Kinki Nippon Tourist Kanto, traduttore automatico di Google, <https://www.knt.co.jp/kouhou/news/19/no022.html>, agosto 2019, consultato il 10 marzo 2024.

I Traveled to Italy and Became a Living JoJo's Reference, <https://www.youtube.com/watch?v=SH0zLtwzSLE>, consultato il 10 marzo 2024.

I visited Naples and here is jojo irl, <https://www.reddit.com/>, consultato il 10 marzo 2024.

Sito ufficiale di KNT-CT Holdings Co., Ltd.: <https://www.kntcthd.co.jp/ja/>, consultato il 10 marzo 2024.

Testi e articoli su vari aspetti della cultura pop giapponese:

Azuma, Hiroki, *Otaku: Japan's database animals*, trad. Jonathan E. Abel e Shion Kono, Minneapolis - London: University of Minnesota Press, 2009 [2001].

Berndt, Jaqueline, *Considering Manga Discourse: Location, Ambiguity, Historicity*, in Mark MacWilliams (a cura di), *Japanese Visual Culture*, Armonk, NY: M. E. Sharpe, 2008, pp. 295-310.

Fuentes, Tracy, Green Ph. D., Amy M., *The Joestar Spirit: How the Protagonists of JoJo's Bizarre Adventure Embody Key Traits of the Hero*, Undergraduate Research Symposium Lightning Talks, 5, [s. l.], [s. n.], 2021.

Love, Idalis, *What Inspired Manga Artist Hirohiko Araki?*, in «The Collector», <https://www.thecollector.com/>, febbraio 2021, consultato il 10 marzo 2024.

Matsui, Takeshi, *Nation Branding Through Stigmatized Popular Culture: The "Cool Japan" Craze Among Central Ministries in Japan*, in «Hitotsubashi Journal of Commerce and Management», ottobre 2014, vol. 48, n. 1, pp. 81-97.

Novielli, Maria Roberta, *Storia del cinema giapponese nel nuovo millennio*, Venezia: Marsilio, 2022.

Rusconi, Valeria, *Hirohiko Araki, il papà di JoJo arriva in Italia: sarà una delle sorprese di Lucca Comics & Games 2019*, in «la Repubblica», <https://www.repubblica.it/>, luglio 2019, consultato il 10 marzo 2024.

Manga citati:

Araki, Hirohiko, *Le bizzarre avventure di JoJo: Phantom Blood*, 1987.

Araki, Hirohiko, *Le bizzarre avventure di JoJo: Battle Tendency*, 1987-1989.

Araki, Hirohiko, *Le bizzarre avventure di JoJo: Stardust Crusaders*, 1989-1992.

Araki, Hirohiko, *Le bizzarre avventure di JoJo: Diamond is Unbreakable*, 1992-1995.

Araki, Hirohiko, *Le bizzarre avventure di JoJo: Vento Aureo*, 1995-1999.

Araki, Hirohiko, *Così parlò Rohan Kishibe*, 1997-2022.

Araki, Hirohiko, *Le bizzarre avventure di JoJo: Stone Ocean*, 1999-2003.

Araki, Hirohiko, *Steel Ball Run*, 2004-2011.

Araki, Hirohiko, *JoJolion*, 2011-2021.

Araki, Hirohiko, *The JoJoLands*, 2023-in corso.

Filmografia

Le bizzarre avventure di JoJo (JoJo no kimyōna bōken, studio A.P.P.P., Giappone, 1993-2002).

Le bizzarre avventure di JoJo: Phantom Blood (JoJo no kimyōna bōken Fantomu Buraddu, studio A.P.P.P., Giappone, 2007).

Le bizzarre avventure di JoJo (JoJo no kimyōna bōken, David Production, Giappone, 2012-2013).

Le bizzarre avventure di JoJo - Stardust Crusaders (JoJo no kimyōna bōken - Stardust Crusaders, David Production, Giappone, 2014-2015).

Le bizzarre avventure di JoJo - Diamond is Unbreakable (JoJo no kimyōna bōken - Diamond wa Kudakenai, David Production, Giappone, 2016).

Così parlò Rohan Kishibe (Kishibe Rohan wa Ugokanai, David Production, Giappone, 2017-2020).

Le bizzarre avventure di JoJo - Vento Aureo (JoJo no kimyōna bōken - Ōgon no Kaze, David Production, Giappone, 2018-2019).

Le bizzarre avventure di JoJo - Stone Ocean (JoJo no kimyōna bōken - Sutōn Ōshan, David Production, Giappone, 2021-2022).