



Università
Ca' Foscari
Venezia

Corso di Laurea magistrale (*ordinamento ex
D.M. 270/2004*)
in Lingue e civiltà dell'Asia e dell'Africa
Mediterranea

Tesi di Laurea

—
Ca' Foscari
Dorsoduro 3246
30123 Venezia

Il visual kei tra estetica, gender,
fandom e società.

Relatore

Prof.ssa Paola Scrolavezza

Correlatore

Prof. Pierantonio Zanotti

Laureando

Stefania Viol

Matricola 818838

Anno Accademico

2012 / 2013

INDICE

ヴィジュアル系 — 美学、ジェンダー、ファン層と社会.....	5
INTRODUZIONE.....	8
1. COS'È IL <i>VISUAL KEI</i> ?.....	13
1.1 IL TERMINE.....	13
1.2 LE CARATTERISTICHE.....	16
2. NASCITA E SVILUPPO DEL <i>VISUAL KEI</i>	26
2.1 LE ORIGINI.....	26
2.1.1 Il sound.....	27
2.1.2 L'estetica.....	29
2.1.2.1 Correnti occidentali.....	30
2.1.2.1.1 Glam rock.....	30
2.1.2.1.2 Heavy metal.....	34
2.1.2.1.3 Punk.....	38
2.1.2.2 l'influenza estetica della cultura giapponese.....	39
2.1.2.2.1 Il teatro kabuki e Takarazuka.....	40
2.1.2.2.2 Lo <i>shōjo manga</i>	44
2.1.2.2.3 Lo heavy metal giapponese.....	47
2.1.3 Lo spirito che anima il <i>visual kei</i>	49
2.2 DA FENOMENO UNDERGROUND A BOOM: LO SVILUPPO DEL <i>VISUAL KEI</i>	51
2.2.1 Il boom degli anni Novanta.....	52

2.2.2 Una fase di transizione: il ritorno all'underground.....	61
2.2.3 La ribalta del <i>visual kei</i> : il <i>neo visual kei</i>	63
2.2.3.1 Le caratteristiche delle band <i>neo visual kei</i>	66
2.2.3.2 L'espansione verso l'estero.....	76
2.2.3.2.1 Il <i>visual kei</i> in America.....	76
2.2.3.2.2 Il <i>visual kei</i> in Europa.....	79
2.2.3.2.3 Il <i>visual kei</i> in Asia e Oceania.....	82
2.2.3.2.4 Artisti occidentali di ispirazione <i>visual kei</i>	84
2.2.3.2.5 Le basi per l'espansione verso l'occidente.....	88
2.2.3.3 <i>Neo visual kei</i> : mainstream o ancora underground?.....	93
3. IL <i>GENDER</i> NEL <i>VISUAL KEI</i>	99
3.1 IL MASCHILISMO NEL MONDO DEL ROCK ANNI SETTANTA E OTTANTA.....	99
3.2 RAPPRESENTAZIONI DI GENERE NEL <i>VISUAL KEI</i>	106
4. <i>NARITAI ZOKU</i> : UN <i>FANDOM</i> “WANNABE”	113
4.1 LE RAGAZZE COSPLAY.....	113
4.2 I <i>BAN'YARO</i> : FACCIAMO UNA BAND!	119
5. PERCHÉ PROPRIO IN GIAPPONE? E CHE EFFETTI HA AVUTO SULLA SOCIETÀ?	125
5.1 COS'HA RESO POSSIBILE IL BOOM DEL <i>VISUAL KEI</i> IN GIAPPONE?	125
5.2 L'INFLUENZA GIOCATA DAL <i>VISUAL KEI</i> SULLA SOCIETÀ E LA CULTURA POPOLARE...	132
APPENDICE.....	139

INDICE IMMAGINI..... 147

BIBLIOGRAFIA..... 152

ヴィジュアル系 — 美学、ジェンダー、ファン層と社会

「ヴィジュアル系」とは、80年代末に現れた日本独自のロックジャンルであり、音楽性ではなく、視覚的なインパクトを強調したアンドロジナスで奇抜な外見が特徴である。この現象の一番興味深いところは、音楽ジャンルとしてのオリジナル性より、そのサブカルチャー的な要素と、90年代に迎えたブームによって社会に与えた影響である。また、ブームになったこと自体が、意外な事実である。概して、奇抜さが強調される現象は、社会やメディアに拒絶されがちである。しかし、ヴィジュアル系が、90年代にブームを迎えてお茶の間で騒がれるほど知られるようになり、そのブームが衰退して一時的にアンダーグラウンドの音楽シーンに戻ったにもかかわらず、2004年から、「ネオ・ヴィジュアル系」と名づけられたヴィジュアル系の新世代アーティストが台頭の兆しを見せている。また、新千年紀に入ると、世界規模のアニメ、マンガ・ブームによって、日本のポップカルチャーへの関心が高まり、ヴィジュアル系もその一つの現象として注目を引いて、「Cool Japan」の一面になったという。

しかし、世界中で人気を高め広げているヴィジュアル系について、西洋人の研究者による評論はごく限られている。日本も、この現象に関する研究はあまり豊かではないが、2003年に井上貴子編の『ヴィジュアル系の時代 ～ ロック、化粧、ジェンダー』というエッセイ集が出版され、大学紀要に載せられた記事と共に、ヴィジュアル系の基本的な参考文献となっている。

本論文は、ヴィジュアル系の歴史から、ジェンダー、ファン層、社会に与えた影響まで、この現象を全体的に検討することが目的となっている。

第一章では、まず、「ヴィジュアル系」という単語の由来とその変遷について検討し、または、90年代のブームにおけるヴィジュアル系の特徴について述べる。すなわち、ヴィジュアル系の創始者バンドとして知られている X のキャッチコピーに由来がある「ヴィジュアル系」という言葉の歴史を明らかにし、現在の名称論争について述べる。また、ヴィジュアル系の特徴を探り、90年代を三つの時期に分けて概説する。最初に述べたとおり、このジャンルの音楽性は非常に幅広いため、サウンド的な特徴はヴィジュアル系に属する判断の基準とならない。そのため、本章は美的な特徴を中心に据える。

第二章は、ヴィジュアル系のルーツを探り、90年代から現在に至るまでのこのジャ

ルの歴史を述べる。ルーツについては、特に、ヴィジュアル系のアーティストがグラム・ロックから直接的な影響を受けたことには時代的に無理があるという、森川卓夫の仮説の支持する。加えて、ヘビメタ、パンクというアメリカとイギリスに生まれた外見のインパクトを強調するロック・ムーブメントを取り上げる。また、歌舞伎、宝塚劇場、少女マンガ、ジャパメタ、すなわち、ヴィジュアル系に美的な影響を与えたと考えられる日本文化も検討する。最後に、ヴィジュアル系の精神的な面のルーツも探り、パンク、ゴス・カルチャー、傾奇者、ヤンキーといった現象から受けた影響を考察する。歴史的には、90年代のブームとその衰退、そして、「ネオ・ヴィジュアル系」という新世代アーティストによる再台頭について明らかにする。「ネオ・ヴィジュアル系」の分類と美的な特徴を概説してから、その海外進展を述べる。

第三章は、ジェンダーを中心に据える。とりあえず、アメリカ、イギリスの70・80年代のハード・ロックとヘビメタの世界におけるマッチョの要素と男性性シンボルの強調について述べる。次に、ヴィジュアル系におけるジェンダー表現を検討する。不良なマッチョのイメージをコンセプトとした西洋ロックミュージシャンに対し、ヴィジュアル系のアーティストは男性性シンボルと女性性シンボルの組み合わせによるアンドロジナスなイメージが特徴であり、西洋ロックとの大きな違いとなっている。

第四章は、「なりたい族」というヴィジュアル系の独特なファン層を紹介する。英語の「Wannabe」の訳語であり、バンドコスプレとバンヤロという2つのタイプがある。バンドコスプレファンはほとんど女性であり、好きなアーティストの衣装、髪型、メイク、しぐさの完全コピーによって、その人物への崇拜を表す一方、現実逃避し、自分のアイデンティティを構築する。これに対して、バンヤロとは、好きなヴィジュアル系アーティストの影響でバンド活動を開始する男性ファンのことである。その興味の中心は音楽性であるこの少年たちが、コスプレファンと異なる点は、ミュージシャンのファッションを解釈した上、自分の独特なスタイルをつくり上げることである。

最後に、第五章は、なぜヴィジュアル系が日本に現れたのか、そして、社会にどのような影響を与えたのかという問題に取り組む。第一の問題には、日本社会における服装の役割、芸界における女装と男装の長い歴史、アンドロジナスなイメージの美少年への憧れという三つの点をあげて解釈する。次に、社会に与えた影響という問題には、男性エステ業界の発達、ヴィジュアル系風のストリート・ファッション、そして、マンガにおける極めて中性的なイメージとヴィジュアル系バンド・メンバーを中心にしたやおい同人誌と

いう三つの点で述べる。

INTRODUZIONE

Il *visual kei* ヴィジュアル系 è un filone nato intorno alla fine degli anni Ottanta nel Giappone underground della musica rock, caratterizzato più che dal un sound particolare, dall'estetica trasgressiva e androgina dal forte impatto visivo interpretata dai suoi esponenti, quasi esclusivamente di sesso maschile. Quello che spinge a prendere in considerazione questo fenomeno non è solo il fatto che si tratta del primo esempio di movimento musicale rock *made in Japan*, che rielabora il sound e le estetiche degli artisti occidentali, unendovi la linea melodica e le tematiche della tradizione autoctona, e facendo rivivere al proprio interno influenze subite da svariati ambiti della cultura giapponese, quali, ad esempio, le forme teatrali e il *manga*, elaborando nuovi parametri per la rappresentazione di genere maschile. Il punto di principale interesse nel fenomeno è il suo carattere sottoculturale, e le conseguenze del suo impatto sulla società giapponese a seguito del boom che lo portò a conquistare uno spazio nella musica mainstream del Paese, grazie ad artisti come gli X JAPAN e i LUNA SEA. Considerandone la natura underground, basata su un'estetica di carattere provocatorio e ribelle, l'enorme successo ottenuto da queste band nell'ultimo decennio del Novecento può apparire sorprendente: solitamente, la trasgressività limita i movimenti culturali a un mercato di nicchia o a boom estremamente brevi, come quello del glam rock, riconducendo il genere nel mondo underground, lontano dagli occhi e dai gusti del grande pubblico. Tuttavia, anche dopo la fine del boom degli anni Novanta, il *visual kei* non si estinse, ma, dopo essere tornato a rappresentare un genere di nicchia per un paio d'anni, a partire dal 2004, cominciò a dare cenni di una imminente, se non già avvenuta, ricomparsa nel mainstream giapponese. Inoltre, con l'ingresso nel nuovo millennio e la diffusione a livello globale dell'interesse nelle culture orientali, il *visual kei* ottenne una discreta attenzione dai media stranieri, interessati alle esotiche figure dei giovani *cosplayer* delle band, fino a farne una delle facce del *cool Japan*.

In contrasto con l'aumento dell'interesse mediatico internazionale, la saggistica specifica in lingua occidentale riguardo a questo prodotto della società giapponese relativamente nuovo, è estremamente limitata e non ha ancora al suo attivo pubblicazioni di particolare rilievo, lasciando intendere che il fenomeno non ha ancora destato molto interesse nell'ambito accademico. Anche la produzione giapponese è piuttosto circoscritta: Koizumi Kyōko e Inoue Takako sono le due saggiste più attive nel settore, e si concentrano rispettivamente sullo studio del *cosplay* e del *gender*. Nonostante non sia ancora presente una pubblicazione che mira a esaminare il movimento nella sua complessità, è grazie a Inoue Takako che nel 2003 ha visto la luce il primo volume di carattere accademico sul *visual kei*, intitolato *Vijuaru kei no jidai – rokku, keshō, jendā* (L'era del *visual kei* –

rock, trucco e *gender*), diventato, insieme a ricerche pubblicate in vari *kiyō* 紀要,¹ la base per affrontare l'analisi del movimento.

Questa tesi si propone di esaminare il fenomeno, dalla sua nascita alla situazione attuale, evidenziandone le influenze occidentali e quelle delle tradizioni culturali autoctone, analizzandone il peculiare *fandom* e le innovazioni apportate nelle rappresentazioni di genere, nonché le motivazioni che hanno portato alla nascita di questo movimento proprio in Giappone.

Il primo capitolo è diviso in due parti e si propone di fornire gli input basilari per la comprensione del fenomeno. La prima sezione è incentrata sull'analisi del termine *visual kei*, dall'origine, fatta coincidere con lo slogan “PSYCHEDELIC VIOLENCE / CRIME OF VISUAL SHOCK” degli X, considerati la band pioniera del fenomeno, ai vari cambiamenti avvenuti negli anni, compreso l'uso allargato a indicare semplicemente una “persona di bell'aspetto”, che, negli ultimi anni, ha spinto alcuni studiosi ad adottare la denominazione *visual rock*. La seconda parte delinea le caratteristiche del movimento negli anni Novanta. Fermo restando che, data la vastissima gamma di sound proposti dallo heavy metal al pop-rock, l'elemento musicale non concorre in modo preponderante alla categorizzazione delle band nel movimento, ci si concentrerà sulle peculiarità estetiche degli artisti, evidenziandone i vari cambiamenti nel corso degli anni Novanta. Infine, si affronterà il problema della classificazione sotto questa etichetta legato alla fluidità della sua definizione: non solo all'interno del filone si possono trovare artisti dall'estetica estremamente moderata ma si verificano anche casi in cui musicisti dal forte impatto visivo non vi rientrano, proponendo come possibile soluzione un parametro di tipo temporale e uno legato alla percezione stessa di artisti e critica.

Il secondo capitolo è il più lungo e presenta una struttura complessa, di due sezioni a loro volta divise in vari paragrafi. Il primo sottocapitolo si propone di indagare le radici del *visual kei*, prima sotto il profilo musicale, poi sotto quello estetico e, infine, sulla base dello spirito che anima il movimento. Per quanto riguarda il sound, si guarderà ai vari movimenti nati nell'ambito del rock, per lo più in Inghilterra e negli Stati Uniti, e a due movimenti della tradizione giapponese: il Japanese heavy metal e il *kayōkyoku* 歌謡曲,² dalla cui influenza il *visual kei* deriva non solo una melodicità particolare, ma anche dei testi particolarmente malinconici e poetici che lo distaccano dai movimenti rock occidentali. Anche a proposito dell'estetica, la ricerca delle radici viene suddivisa fra ambiti occidentale e giapponese. In particolare, si appoggerà la teoria di Morigawa

¹ I *kiyō* sono delle riviste pubblicate periodicamente dalle università giapponesi, che raccolgono saggi e ricerche a opera di insegnanti e studenti.

² Canzoni popolari giapponesi il cui canto incentrato su tecniche autoctone è supportato da un accompagnamento musicale occidentale. Sviluppatesi in periodo Shōwa (1926-1989), vengono considerate la base da cui si sono evoluti il J-pop (Japanese pop) e i suoi vari sottogeneri.

Takuo, che, andando contro l'opinione comune giapponese, in particolare dei media, esclude che il *visual kei* possa essersi ispirato direttamente al movimento glam rock. Per quanto riguarda l'influenza autoctona, si porrà l'attenzione sulle tradizioni teatrali del *kabuki* e del *Takarazuka* 宝塚, come esempi di movimento che pone una grande enfasi sull'impatto visivo dei suoi attori, nonché come forma di rappresentazione transgender, sullo *shōjo manga* e sul legame che quest'ultimo ha con il mondo del rock, in particolare con i movimenti dall'estetica androgina, e, infine, sul Japanese heavy metal, come una prima forma di sintesi delle estetiche rock occidentali secondo il gusto giapponese. Infine, nell'ultima parte del primo sottocapitolo, si tenterà di trovare una radice allo spirito di questo movimento, che data la trasgressività solo estetica ma non comportamentale, appare lontano dalle sottoculture rock occidentali. Al contrario, sembra condividere la scintilla che ha animato i *kabuki mono*,³ in quanto entrambi i movimenti guardano al look pomposo ed esagerato come a un mezzo per riaffermare la propria identità in un momento socio-economico in cui i tradizionali modelli identitari non sono più adeguati. La seconda sezione del capitolo è dedicata allo sviluppo del movimento, e si divide in tre sotto-sezioni, corrispondenti alle fasi che lo hanno caratterizzato: il boom degli anni Novanta, la fase di transizione tra la decadenza del genere e la sua rinascita, e la nuova generazione di artisti, denominata *neo visual kei*. Il primo boom, come si è già accennato, è stato guidato dagli X e dai LUNA SEA e rappresenta il momento di massimo successo del movimento, che, a seguito della conquista delle classifiche *Oricon*, ottiene una grande attenzione mediatica. La fase di transizione, che va indicativamente dal 2000 al 2004, vede un ritorno all'underground del fenomeno, ma già dal 2004 i gruppi appartenenti a questo stile danno segni di ripresa, riapparendo ai top delle classifiche. Dopo aver tracciato i contorni di questo nuovo successo *visual kei*, si analizzeranno le caratteristiche stilistiche: vedremo come, nonostante a un primo sguardo il *neo visual kei* sembri addirittura più vario rispetto al movimento degli anni Novanta, in realtà sia divisibile in diverse sottocategorie, all'interno delle quali regna una sostanziale uniformità. Il 2002 vede l'apertura dell'attività *visual kei* in occidente, che verrà analizzata per continente, tramite l'elaborazione di grafici sulla base dell'archivio del sito web *JaME*, uno dei più autorevoli portali dedicati alla musica giapponese. Successivamente, si analizzeranno le condizioni che hanno portato il fenomeno all'estero, ponendo l'accento sul ruolo del boom di *manga* e *anime* nei paesi occidentali, di internet, e del crescente interesse per le culture popolari. Inoltre, verrà sottolineato come non solo si tratti di un genere musicale che comincia a

³ Nati dallo spirito di euforia dovuto a un periodo di prosperità e pace alla fine del periodo Sengoku (1493-1590), i *kabuki mono* sono degli individui ribelli e anticonformisti da cui ebbero origine le prime forme di teatro kabuki. La denominazione di questo fenomeno sociale deriva dal verbo *kabuku* 傾く: "propendere, deviare, uscire dai ranghi, debordare, ossia indica comportamenti, modi e abbigliamento devianti, perché eccessivi, fuori misura, non consoni con il proprio ruolo e rango sociale"

ottenere successo al di fuori del Paese nella sua complessità, ma anche come questo traguardo sia stato raggiunto senza apportare alcuna modifica stilistica, melodica e linguistica alla propria produzione. A conclusione di questo secondo capitolo, si tenterà di delineare la portata del *neo visual kei* e di determinare di conseguenza se faccia parte del mainstream in Giappone o se sia ancora un fenomeno underground, fermo restando che dall'estero è impossibile avere una percezione precisa della situazione. Tuttavia, il successo ottenuto da alcuni gruppi, primi tra tutti i the GazettE, i SID e i Golden Bomber, è tale da non mettere in dubbio l'effettiva uscita del fenomeno dalla scena underground, per trovarsi quantomeno alle soglie del mainstream, soprattutto con gli artisti di maggiore spicco.

Il terzo capitolo è dedicato alle questioni di genere. Nella sua prima sezione tratterà della rappresentazione della virilità perseguita dal cock rock occidentale, in particolare dallo hard rock e dallo heavy metal degli anni Settanta e Ottanta, e della scarsa presenza femminile nell'attività musicale nei suoi vari filoni. Infatti, questo genere musicale appare come un movimento creato al fine di esaltare tutti gli stereotipi di mascolinità, rafforzando così l'identità di genere dell'artista: il mondo di questo filone musicale è dominato da dimostrazioni di forza fisica, da comportamenti rudi e volgari, e dall'ideale maschile di "macho", il tutto enfatizzato da una musica dal sound pesante e dall'utilizzo di apparecchiature elettrificate. Nel secondo sottocapitolo, si analizza il *gender* all'interno del *visual kei*, un movimento che unisce in un'unica rappresentazione corporea simboli di virilità, ad esempio la musica rock, ed emblemi di femminilità, come il trucco: nascono così figure androgine e, più sporadicamente, femminee che si distaccano profondamente dalle rappresentazioni di genere non solo dei musicisti occidentali, ma anche della società patriarcale giapponese.

Il quarto capitolo analizza il *fandom* del *visual kei*, in particolare quella tipologia di fan *wannabe* denominata *naritai zoku* なりたい族 e comprendente due fenomeni: il *band cosplay* バンドコスプレ e il *ban'yaro* バンヤロ. Il *cosplay* è un'attività principalmente femminile, che consiste nella copia meticolosa dei costumi, del trucco e delle pose dei musicisti. Inizialmente mosse dal desiderio di esprimere il proprio rispetto nei confronti di un artista, queste fan sono solite motivare l'imitazione del membro del gruppo affermando che essa è un mezzo per esprimere sé stesse. È inoltre possibile ipotizzare che per alcune di loro, il calarsi nelle spoglie del musicista preferito sia un mezzo non solo per rafforzare il legame con la compagnia di *cosplayer* che si viene a creare grazie a questa attività, ma anche per fuggire dall'accettazione della propria identità di genere e dal confronto con l'altro sesso. Il *ban'yaro* è la parte maschile del *naritai zoku* e il suo interesse principale è la musica: sono ragazzi che intraprendono l'attività di band amatoriali avendo

come modello un gruppo *visual kei*. Anche i *ban'yaro* cercano di adottare l'estetica proposta dagli artisti, ma, a differenza della controparte femminile, sono soliti interiorizzarla e rielaborarla in uno stile originale. Si può dunque notare come, nonostante il fenomeno sia innovativo dal punto di vista del *gender*, il suo *fandom* tenda ad attenersi alla sfera di competenza rispettivamente femminile, cioè l'estetica, e maschile, la musica rock.

Il quinto e ultimo capitolo viene diviso in due sezioni che indagano le motivazioni della nascita del *visual kei* in Giappone, e le influenze che questo movimento ha esercitato sulla società. La prima parte dunque, evidenzia come l'alto livello di codifica dell'abbigliamento nel Paese, e la conseguente scarsa possibilità di dare espressione alla propria individualità, portino alla nascita di forme di ribellione al sistema. Già con il dilagante benessere degli anni Ottanta, ma soprattutto con la grande crisi degli anni Novanta, i modelli identitari tradizionali entrarono in crisi, spingendo i giovani a elaborarne di nuovi: l'estetica non fu una scelta casuale, data l'importanza sociale dell'abbigliamento in Giappone, che funge quasi da biglietto da visita dell'individuo. Da una parte, il *visual kei* diede la possibilità ai primi artisti che lo praticarono di elaborare un nuovo stile personale tramite il quale esprimere la propria individualità; dall'altra, l'inventiva dei musicisti fornì ai giovani un modello alternativo da seguire: non si può escludere che questo sia uno dei motivi che hanno portato il movimento al successo. Inoltre, l'entertainment giapponese ha una lunga tradizione di *cross-dressing*, dal teatro alla televisione, che fa sì che l'androginia dei musicisti non venga interpretata come un sinonimo di omosessualità, al contrario di quanto avviene in occidente. Anzi, a partire dalle figure maschili che fanno la loro comparsa nella letteratura di periodo Heian, ai *bishōnen* dello *shōjo manga* contemporaneo, l'androginia è stata considerata come l'ideale massimo di estetica maschile, e la familiarità con queste rappresentazioni, amate soprattutto dalle donne, ha facilitato l'accettazione del movimento. Nella seconda sezione del capitolo, si osserveranno le influenze che questo ha avuto sulla società giapponese, a cominciare dalla spinta data all'industria cosmetica maschile, il cui incremento coincide con gli anni del boom del *visual kei*, e, più in generale, dalla spinta data all'accesso da parte degli uomini alla cura estetica. Successivamente, si analizzeranno la nascita di *street style* estremi e trasgressivi, e la nascita di marchi d'abbigliamento e riviste specializzate in look di ispirazione *visual kei*, che sostengono queste mode. Infine, verrà affrontata l'influenza che il movimento ha esercitato sul mondo del *manga*, in particolare dello *shōjo*, portando alla nascita di fumetti ispirati a questo filone rock e, generalmente, a una tendenza all'androginia ancor più marcata. Inoltre, si assiste alla nascita di moltissimi *dōjinshi* di carattere *yaoi* che le fan dei gruppi *visual kei* disegnano prendendo come protagonisti delle storie i propri artisti preferiti.

1. COS'È IL VISUAL KEI?

Con *visual kei* ヴィジュアル系 si indica un fenomeno, sviluppatosi all'interno della scena musicale rock giapponese tra metà e la fine degli anni Ottanta, che vede la nascita di numerose band maschili caratterizzate dall'aspetto trasgressivo dato dall'uso del trucco, capigliature appariscenti e costumi stravaganti.

1.1 IL TERMINE

Come ha precisato Inamasu Tatsuo,⁴ il termine, entrato nell'uso comune nella seconda metà degli anni Novanta, è formato da due parti: *vijuaru* ヴィジュアル, trascrizione nel sillabario fonetico giapponese *katakana* dell'aggettivo inglese “visual” a indicare l'impatto visivo, e il suffisso giapponese *kei* 系, molto utilizzato per indicare degli individui che appartengono a un determinato gruppo sottoculturale giovanile aderente a uno stile estetico distintivo: letteralmente “persone dall'impatto visivo”. Gli studiosi concordano nel delineare quelle che sono generalmente considerate le radici di questa espressione. Queste sono ben esplicitate nel saggio *Visual kei to jendā* ヴィジュアル系とジェンダー (Il visual kei e il gender) di Inoue Takako:

L'origine della parola “Visual” utilizzata come aggettivo riferito ai gruppi rock è fatta risalire all'adozione dello slogan “PSYCHEDELIC VIOLENCE / CRIME OF VISUAL SHOCK” della band rock X,⁵ che debuttò sotto major nel 1989. Inoltre con l'utilizzo del motto “*senretsuna vijuaru & hādo shokku* 鮮烈なヴィジュアル&ハードショック (visual intenso & hard shock)” da parte della rivista di musica *SHOXX* che in ogni numero si dedica alle band visual rock, il “*vijuaru rokku*” (visual rock) si diffuse come categoria.

⁴ Spiegando etimologicamente, la parola “vijuaru” è un aggettivo avente il significato di “percezione visiva”, e l'espressione *-kei*, molto utilizzato dai giovani d'oggi in forme come *shibuya kei*, è un termine che indica “esseri umani che si raggruppano in un filone o in un sistema” (「語源的に解説すると、「ヴィジュアル」という言葉は、「視覚的」という意味の形容詞であり、「～系」という表現は、昨今の若者たちが「渋谷系」とかいった形でよく用いる「その系列や系統に連なる人間たち」をさす言葉である。»). INAMASU Tatsuo, “Naze ima <vijuaru kei> nanoka.” (Perché ora c'è il visual kei?), *Ushio*, 475, settembre 1998, p. 166.

⁵ Band di Chiba, nata intorno al batterista e leader YOSHIKI e al vocalist TOSHI nel 1982 e attiva fino al 1997. Nel 1993 il gruppo cambia il suo nome da X a X JAPAN. Considerata la band fondatrice del genere, la sua carriera di segna tutte le tappe più importanti del boom che il *visual kei* ha visto negli anni Novanta. Le colonne portanti dell'estetica del gruppo, che si caratterizza per un sound hard rock e per delle ballate estremamente melodiche, sono YOSHIKI, che elabora uno stile estremamente femminile, e il chitarrista HIDE, dal look estremamente vario ed eccentrico. Nonostante la chiusura delle attività nel 1997 e la morte di HIDE nell'anno seguente, nel 2008 gli X annunciarono la loro riunione, accogliendo SUGIZO come nuovo chitarrista del gruppo.

Con la seconda metà degli anni Novanta, gli fu apposta l'espressione *-kei* 系⁶, fissatasi tramite modi di dire come *Shibuya kei* 渋谷系⁷, e prese a circolare largamente il termine *Vijuaru kei* ヴィジュアル系.⁸

Nonostante l'uso della parola “shock” riferita al mondo della musica rock fosse piuttosto comune alla fine degli anni Ottanta,⁹ l'utilizzo dell'aggettivo “visual” all'interno di questo filone è nuovo. Non solo Inoue, ma anche gli altri studiosi,¹⁰ affermano che il suo primo utilizzo in contesto musicale si ritrova nello slogan “PSYCHEDELIC VIOLENCE / CRIME OF VISUAL SHOCK” della band X, comunemente ritenuta la prima a esprimersi con questo stile. Ideata prima del debutto sulla scena major del gruppo, tra il 1987 e il 1988, questa frase tende a porre l'accento su quello che era uno dei principali scopi del gruppo: impressionare la società mediante il look estremo e minaccioso. La scelta del termine *visual* non fu dunque casuale, soprattutto se si tiene in considerazione il fatto che l'ideatore di questo motto non fu il leader della band, bensì il chitarrista HIDE,¹¹ che tra tutti i membri era colui che più curava il lato “visual” del suo aspetto, variandolo frequentemente nel corso della sua carriera, tanto che Ichikawa Tetsushi arriva ad affermare che il *visual kei* iniziò e terminò con HIDE.¹² Tuttavia, nonostante il contributo di questa band sia stato fondamentale nella diffusione del termine *visual*, si ha prova di un suo utilizzo precedente, anche se questo tende a essere dimenticato nel momento in cui gli studiosi si apprestano a delineare le origini della denominazione di questo fenomeno. Infatti, questa parola si ritrova anche all'interno del motto “VISUAL LOUD & CULT” della band rock YOKOSUKA SAVER TIGER, fondata dallo stesso HIDE nel 1981 e attiva fino al 1987, i cui membri possono essere considerati tra i precursori del

⁶ Come accennato precedentemente, l'apposizione di *kei* 系 ad un aggettivo o ad un sostantivo indica un gruppo di persone ad esso riconducibili.

⁷ Con *Shibuya kei* 渋谷系 ci si riferisce non a chi vive nel quartiere, ma ad un gruppo di persone che condividono determinate caratteristiche di stile e comportamento il cui luogo di incontro è Shibuya.

⁸ ヴィジュアルという言葉が、ロックバンドの形容詞として使用されるようになったのは一九八九年にメジャーデビューしたロックバンド X が ([...])、みずから「PSYCHEDELIC VIOLENCE / CRIME OF VISUAL SHOCK」というキャッチコピーを用いたことに由来するとされている。さらに、[...]ヴィジュアル・ロックバンドを毎号特集している音楽雑誌「SHOXX」の「鮮烈なヴィジュアル&ハードショック」というキャッチコピーによって、ヴィジュアル・ロックなるカテゴリーが広まることになった。90年代後半になると、渋谷系などという用法によってすでに定着していた〇〇系なる言葉がつけられてヴィジュアル系という言葉が広く一般に流通するようになった。INOUE Takako, “Vijuaru kei to jendā” (Il visual kei e il gender), in Inoue T., *Vijuaru kei no jidai – rokku, keshō, jendā*, 2003, p.27.

⁹ KASHIWAGI Yasunori, “Poppu karuchā to shite no vijuaru kei no rekishi” (The History of Visual-kei as Pop Culture), *Chiba keizai daigaku tanki daigakubu kenkyū kiyō*, vol.7, 2011, pp. 91-92.

¹⁰ Ad esempio Yamaguchi Yoshie e Kashiwagi Yasunori.

¹¹ Pseudonimo di Matsumoto Hideto (1964-1998), chitarrista degli X e artista solista sotto il nome di hide, tutto minuscolo, a partire dal 1993. Data la sua predilezione per look eccentrici ed elaborati, è uno degli esponenti più importanti e famosi del *visual kei*.

¹² Come si vedrà più avanti, dopo un periodo di boom negli anni '90, il genere sparì momentaneamente dal mainstream alla fine della stessa decade. ICHIKAWA Tetsushi, *Watashi ga vijuaru kei datta koro* (Il tempo in cui io ero visual kei), Tōkyō, Takeshobō bunko, 2005, pp. 244-249.

visual kei per il pesante uso di trucco e di costumi appariscenti. L'anno preciso di creazione di questo slogan non è conosciuto, ma si può affermare con certezza che esso era già in uso nel 1985 per la promozione di alcuni eventi live del gruppo.¹³ È da sottolineare che anche se gli YOKOSUKA SAVER TIGER sono stati i primi a proporre questa parola, la loro fama rimase limitata all'interno di una cerchia, all'epoca molto ristretta, di fan di musica hard rock. Al contrario, con il successo inaspettato degli X, diventati la band per eccellenza di questo filone, il secondo motto fu portato all'attenzione di un pubblico sempre maggiore, facendogli acquisire una popolarità che ha poco a che vedere con quella del motto precedente. Il merito degli X fu dunque quello di far conoscere e diffondere il termine pensato dal loro membro in tempi precedenti, quando era chitarrista degli YOKOSUKA SAVER TIGER. È al motto della band X che si rifà *SHOXX*, la rivista specializzata nel settore fondata nell'ottobre 1990, per l'ideazione del proprio sottotitolo *senretsuna vijuaru & hādo shokku* 鮮烈なヴィジュアル&ハードショック (*visual* intenso & hard shock). Con il suo utilizzo all'interno della rivista, il termine *visual* cominciò dunque a non richiamare più solamente l'immagine dei suoi creatori, ma più in generale tutte quelle band dal look estremo nate in gran numero in quel periodo. Lo stesso mensile ebbe infatti il merito di utilizzare per la prima volta il termine *visual rock*, a indicare nei suoi servizi questa tipologia di band: fu così che questa espressione diventò una categoria, alla quale gli artisti vengono ricondotti non tanto per il loro stile musicale, quanto per l'aspetto. Un ulteriore cambiamento nella denominazione del fenomeno si ebbe con la seconda metà degli anni Novanta, quando si diffuse nei media e nel linguaggio giovanile la tendenza a utilizzare il suffisso *kei* per indicare individui che fanno parte di una determinata categoria espressa dal sostantivo o dall'aggettivo a cui *kei* si lega. Fu così che si arrivò all'abbandono della denominazione *visual rock* e si arrivò a quella inizialmente presentata: *visual kei*.

Inizialmente, questo nuovo termine era utilizzato soltanto in riferimento alle band precedentemente categorizzate come *visual rock*, ma nel giro di pochi anni il suo campo di utilizzo si allargò fino ad arrivare a indicare, con la fine degli anni Novanta, anche “persone di bell'aspetto”.

¹⁴ Proprio a causa di questa ambivalenza creatasi con il tempo, molti studiosi¹⁵ sentono la necessità di ritornare a riferirsi a questo filone con la terminologia precedente: si assiste dunque a un revival in ambito accademico dell'espressione *visual rock*. L'utilizzo di questo termine, che pone sullo stesso livello i due elementi che lo compongono, *visual* e *rock*, tende però a richiamare in chi lo

¹³ Questo slogan era infatti stampato sulle locandine dei live che gli YOKOSUKA SAVER TIGER hanno organizzato nel 1985, e sulla copertina del relativo video-CD successivamente pubblicato.

¹⁴ INAMASU, “Naze ima...”, *Ushio*, cit., p. 166.

¹⁵ Ad esempio Morigawa Takuo, Koizumi Kyoko e Inoue Takako.

sente un'immagine fuorviante del genere in quanto, nella categorizzazione degli artisti in questo filone, l'importanza dell'elemento visivo (*visual*) è notevolmente maggiore rispetto a quella del genere musicale (rock). Inoltre, la parola "rock" inglobata in questa espressione è un chiaro rimando a una corrente musicale ben precisa: questo può risultare riduttivo nel caso delle band *visual kei*, le quali propongono stili musicali molto variegati, coprendo una gamma di sound tra i più disparati, che vanno dal metal a quelli più leggeri e commerciali, ai confini del pop.¹⁶ Alla luce di queste considerazioni, appare evidente come anche la denominazione *visual rock* risulti fuorviante al fine di una corretta interpretazione del fenomeno. Al contrario, nonostante la sua possibile doppia interpretazione, la connotazione del termine *visual kei*, con cui questa corrente è conosciuta sia in Giappone sia all'estero, si avvicina di più a quella che è la filosofia del movimento, indicando la semplice appartenenza degli artisti a un filone che pone l'accento su uno stile visivo eccentrico ed esagerato. Ne deriva che da qui in avanti ci si riferirà al fenomeno come *visual kei*, a indicare band e individui che accentuano il loro impatto visivo tramite l'uso di trucco, vesti e capigliature eccentriche.

1.2 LE CARATTERISTICHE

Viene spontaneo chiedersi se non esista una definizione più precisa che fornisca dei parametri per l'inserimento o meno di determinati artisti all'interno del filone *visual kei*. Nonostante vari studiosi abbiano approfondito il fenomeno sotto vari aspetti, tutti si sono mantenuti piuttosto vaghi nel delinearlo, come si può notare da questi due esempi:

Prendono il nome di *visual kei* quelle band e artisti dal trucco e dal modo di vestire stravagante che hanno animato la scena musicale giapponese degli anni Novanta.¹⁷

"Visual kei" è il termine generale con cui ci si riferisce a band dal forte impatto visivo che hanno cominciato ad apparire nella scena rock giapponese intorno agli anni Novanta.¹⁸

¹⁶ INOUE Takako, "Constructing Male Aesthetics in Rock and Makeup: Gender Strategies by Musicians and Fans of Visual Rock in Japan", *Gender and Modernity – Perspectives from Asia and the Pacific*, vol.4, Kyōto, 2003, p. 194.

¹⁷ YAMAGUCHI Yoshie, "Vijuaru kei kenkyū – vijuaru kei kara neo vijuaru kei he no henshen" (Ricerca sul visual kei – la transizione da visual kei a neo visual kei), *Ningen bunka H&S*, vol.28, novembre 2010, p. 91.

¹⁸ KOIZUMI Kyoko, SUZUKI Yūko, "Vijuaru kei kosupure – mohō to kopī no shintai gihō" (Visual kei cosplay - tecniche corporee di copia e imitazione), in NARUMI Hiroshi (a cura di), *Kosupure suru shakai – sabukaruchā no shintai bunka* (La società che fa cosplay – la cultura del corpo nelle sottoculture), Tōkyō, Serika shobō, 2009, p. 56.

Prendendo in esame questi due esempi di definizione, si possono individuare due punti comuni, che vengono evidenziati da tutti gli studiosi: il fattore temporale che riconosce il *visual kei* come un fenomeno degli anni Novanta, e l'estetica delle band ad esso appartenenti. Come è stato detto precedentemente, i gruppi appartenenti al filone denominato *visual kei* si esprimono con stili musicali molto diversi tra loro. Ne deriva che il criterio fondamentale per l'attribuzione della denominazione *visual kei* è proprio l'aspetto: eccentrico, eccessivo, stravagante, provocatorio. Ma quali sono le caratteristiche di questo stile? In realtà, queste band sono molto variegata anche nel loro modo di apparire, presentando diversi stili di trucco, abiti e capigliature che creano non poche difficoltà nella creazione di parametri per la sua definizione. In questo capitolo ci si concentrerà solo su quello che è il primo boom di *visual kei*, verificatosi dalla seconda metà degli anni Ottanta alla fine degli anni Novanta, lasciando momentaneamente in sospeso il discorso riguardante la rinascita del genere. Le peculiarità di questa prima ondata verranno analizzate suddividendo il fenomeno in tre fasi caratterizzate da elementi stilistici diversi tra loro.

I primi anni Novanta

Uno dei punti di partenza per la delineazione di alcuni parametri per il riconoscimento delle band del primo periodo, che possiamo far coincidere con il 1989, anno di debutto sotto major degli X, è il trucco. Si citano le osservazioni di Yamaguchi Yoshie:

Le band più rappresentative del *visual kei* del primo periodo, soprattutto gli X, ma anche altri artisti come LUNASEA e GLAY, sono delle *shironuri band* 白塗りバンド. [...] In quel periodo, si ebbe un cambiamento nel trucco degli occhi. Il trucco del primo periodo, che aveva subito una forte influenza dal metal, [...] spesso tendeva a ricreare mediante l'uso di ombretti pesanti rossi e blu sulle palpebre, occhi lunghi e stretti, simili a quelli degli attori del teatro *kabuki*.¹⁹

Come evidenziato da Yamaguchi, la maggioranza dei gruppi in attività nella prima metà degli anni Novanta era solita a schiarirsi il volto tramite l'uso di un trucco bianco chiamato *shironuri* 白塗り (let. spalmato di bianco), arricchito da dettagli principalmente neri, rossi e viola vicino a occhi e labbra. Si può osservare una vaga somiglianza con la tradizione del teatro *kabuki* proprio grazie al loro volto bianco e al particolare trucco degli occhi che ne accentua la forma allungata. Ciò nonostante è difficile pensare che questi artisti abbiano subito un'influenza diretta dallo stile del teatro tradizionale giapponese, al contrario è molto più probabile che essi abbiano tratto ispirazione

¹⁹ YAMAGUCHI, "Vijuaru kei kenkyū ..." , cit., p.94.

dai volti di gruppi rock occidentali da loro seguiti, primi tra tutti i KISS. Independentemente dalla sua origine, che verrà analizzata nel prossimo capitolo, è comunque un dato di fatto²⁰ che la maggioranza delle band di questo periodo tendesse a utilizzare questa tipologia di trucco.



Fig 1, 2, 3: Tre immagini esemplificative del trucco di fine anni Ottanta / primi anni Novanta.

Da sinistra: X (1987), GARGOYLE (1992),²¹ LUNASEA (1994).²²

Per quanto riguarda le capigliature degli artisti, il punto in comune tra la maggior parte delle band è sicuramente quello di portare i capelli fissati verso l'alto per tutta la loro lunghezza, a formare delle creste di varie forme. Si può inoltre notare una tendenza a tingerci di biondo o, in alcuni casi, varie sfumature di rosso: altri colori come il verde o il rosa venivano utilizzati molto sporadicamente, e solitamente solo per alcune ciocche, su una base fondamentalmente bionda.

Infine, è possibile evidenziare dei punti in comune anche tra i costumi. Infatti, il colore predominante è sicuramente il nero, spesso in tessuti di vinile lucido, accompagnato da dettagli prevalentemente bianchi e rossi: è così frequente che queste band venivano chiamate anche *kurofuku kei* 黒服系, letteralmente “persone dai vestiti neri”. Inoltre, una delle caratteristiche di questa prima fase è l'utilizzo di vesti che non mostrino le gambe, come gonne, abiti e cappotti lunghi.

²⁰ Ibid.

²¹ I Gargoyle si sono formati nel 1986 a Ōsaka come band amatoriale, ma la loro carriera musicale effettiva è cominciata con il trasferimento a Tōkyō nel 1989. Caratterizzati da un sound molto aggressivo e un'estetica *kurofuku kei* simile a quella degli X, sono considerati una delle primissime band *visual kei*.

²² Band *visual kei* formata dal chitarrista INORAN nella prefettura di Kanagawa nel 1986 e in attività fino al 2000. I LUNA SEA, caratterizzati da un rock melodico, hanno mosso i primi passi sotto la produzione della indie EXTASY RECORDS e, stabilito un record per la velocità nella conquista di un contratto di tipo major, divenne uno dei quattro gruppi più importanti del movimento. Dopo otto anni dallo scioglimento, nel 2008 riaprono l'attività, tutt'ora in corso.



Fig.4: Tipico esempio di capigliature e costumi dei primi anni Novanta. (X, 1989)

La metà degli anni Novanta

Con il passare del tempo, intorno alla metà degli anni Novanta cominciarono ad apparire sulla scena nuove band che traevano ispirazione dal mondo dell'aristocrazia europea, rifacendosi soprattutto ai suoi costumi in stile barocco, vittoriano o, talvolta, medievale. L'inizio di questa tendenza si ebbe nel 1992, con l'entrata in scena di uno dei gruppi più rappresentativi di questo stile, i MALICE MIZER,²³ il cui leader MANA²⁴ fu il primo a prendere a modello questo mondo per elaborare l'estetica della band. Con il suo successo, si ebbero molti nuovi artisti che imitarono la medesima scelta estetica, e abiti sfarzosi e ricchi che rievocavano l'immaginario dell'Europa del passato si affiancarono al *kurofuku kei*, che comunque veniva portato avanti sia dai gruppi del primo periodo sia da nuovi musicisti che decisero di seguire l'esempio dei pionieri del *visual kei*.

In questa fase le creste alte del primo periodo andarono scomparendo, per fare posto a capelli semilunghi, tendenzialmente lasciati ricadere lisci o pesantemente cotonati. Inoltre si assiste a un arricchimento delle forme e dei colori delle acconciature, con l'utilizzo di rosa, viola e blu, oltre al biondo e al rosso, che caratterizzavano il periodo precedente. A differenza di quanto avvenne per la tipologia di costumi, le creste vennero abbandonate anche dalla maggior parte degli artisti della prima fase esaminata.

²³ Band fondata nel 1992 e sciolta nel 2001. Sono considerati i pionieri e i maggiori esponenti dello *shiatorikaru kei*, lo stile teatrale che trae ispirazione dall'aristocrazia europea barocca, gotica e vittoriana, apparso nella scena *visual kei* a partire dalla metà degli anni Novanta. La grande attenzione destinata ai dettagli di costumi, trucco, acconciature e scenografie dei concerti, ha fatto dei MALICE MIZER una delle band più famose e apprezzate del filone.

²⁴ Chitarrista e leader dei MALICE MIZER e dei Moi dix Mois, è una delle personalità di maggiore spicco all'interno del filone dello *shiatorikaru kei*, famoso per la sua estetica particolarmente femminile ed elaborata facilmente associabile alle bambole di porcellana. MANA è inoltre stilista di un proprio brand di vestiti in stile gothic lolita. Come spesso avviene nel mondo del *visual kei*, l'artista è avvolto da un'aura di mistero, e non si conoscono né il suo nome vero né la sua data di nascita.



Fig. 5, 6: Immagini esemplificative dello stile *visual kei* apparso intorno alla metà degli anni Novanta (MALICE MIZER).

Nella stessa ricerca sopra citata, Yamaguchi sottolinea come, intorno alla metà degli anni Novanta, si nota una tendenza al cambiamento nello stile dei nuovi gruppi *visual kei*: “dalla seconda metà degli anni Novanta, ha fatto la sua comparsa un trucco che, per ingrandire l'occhio, prevedeva di tracciare una linea sulla palpebra in modo da fingerne la sovrapposizione”.²⁵ Infatti, il cambiamento del modello estetico di riferimento, incentrato nel mondo europeo, creò un'incompatibilità con il precedente trucco degli occhi, che ne enfatizzava la forma allungata, tipico tratto orientale. Queste nuove band cercarono dunque di rendere il proprio volto il più vicino possibile a quello dell'immaginario dell'aristocrazia europea dell'epoca presa come riferimento estetico, elaborando un nuovo tipo di trucco che prevedeva occhi grandi e rotondi. A questo proposito, come indicato anche da Yamaguchi, degna di attenzione è l'introduzione della linea disegnata sulla palpebra, che serve a simulare un tratto percepito come tipico degli occhi 'occidentali', assente nei cosiddetti 'occhi a mandorla'. È interessante notare anche che la maggior parte degli artisti guardarono alle bambole di porcellana della tradizione europea come modello di volto, il cui candore permise loro di mantenere la precedente caratteristica dello *shironuri*, a volte anche enfatizzandola rispetto ai loro predecessori.

²⁵ YAMAGUCHI, “Vijuaru kei kenkyū ...”, cit., p.94.



Fig. 7: Esempio di trucco dei MALICE MIZER.

Un altro cambiamento avvenuto intorno alla metà degli anni Novanta fu l'introduzione nello stile di alcuni artisti, ad esempio SUGIZO²⁶ dei LUNASEA, dei pantaloncini corti, andando controcorrente rispetto alla maggioranza degli artisti *visual kei*, che continuavano ad indossare vesti lunghe che diventeranno una delle caratteristiche della seconda ondata.

La fine degli anni Novanta

Con la fine degli anni novanta, il trucco, le vesti e le capigliature di questi artisti perdettero lo stile provocatorio ed eccessivo che li aveva caratterizzati nelle prime due fasi, diventando sempre più naturali, al punto di renderne difficile una categorizzazione. Questo processo di naturalizzazione dello stile, che ha investito anche la maggior parte degli artisti della prima e della seconda fase, cominciò a delinearsi già nel 1996, con la perdita delle peculiarità stilistiche, già da tempo ammorbidite, degli X, per trovare il suo culmine alla fine della decade, intorno al 1998.

²⁶ Pseudonimo di Sugihara Yune (1969-), famoso chitarrista dei LUNA SEA. Dopo la riunione degli X nel 2008, vi prende parte in qualità di chitarrista, sostituendo il defunto HIDE.



Fig. 8, 9: Due esempi di band di questa ultima fase: GLAY²⁷ (a sinistra) e Janne Da Arc²⁸ (a destra).

Problemi di classificazione

All'interno di questo movimento sono stati dunque individuati e canonizzati tre momenti, ognuno dei quali avente delle peculiarità ben distinte. Tuttavia, guardando alla scena rock giapponese degli anni Ottanta, si possono trovare varie band che, nonostante presentino caratteristiche molto simili a quelle degli artisti appartenenti alla prima fase del *visual kei*, non vengono considerate tali, come a esempio i Seikima II 聖飢魔 II²⁹, i DEAD END³⁰ e gli YOKOSUKA SAVER TIGER. Queste band, oltre a fare un pesante utilizzo del trucco, di acconciature stravaganti e costumi eccentrici, elementi riconducibili a quelli dei primi gruppi *visual kei*, soddisfano quello che dovrebbe essere il requisito fondamentale: avere un forte impatto visivo. Questo fa sì che spesso risulti quasi impossibile evidenziare alcuni tratti che motivino in modo convincente l'esclusione di questi artisti dal genere in questione.

²⁷ I GLAY sono una band fondata a Hakodate nel 1988 tutt'ora in attività. Come molti degli artisti *visual kei* che hanno raggiunto il successo negli anni Novanta, i GLAY hanno avviato la loro attività sotto la EXTASY RECORDS, arrivando presto ad attirare l'attenzione di case discografiche importanti, al punto da rientrare nelle quattro band *visual kei* più importanti della decade. Tuttavia, dopo il debutto sotto major, il gruppo mostrò un cambio di tendenza e si distaccò dal movimento. È uno dei pochi esempi di band *visual kei* che riesce a liberarsi definitivamente di quest'etichetta, venendo categorizzata come semplice rock.

²⁸ I Janne da Arc sono stati fondati nella regione del Kansai nel 1996, e hanno raggiunto il successo nella parte finale del boom del *visual kei*. Il gruppo si distingue per un'estetica molto moderata, com'è frequente in questa fase, e da un sound molto melodico che ha permesso loro di conquistare un consistente *fanbase*.

²⁹ Band formata nel 1982 e tutt'ora in attività. Il trucco e i costumi degli artisti, invariati nel corso della carriera, sembrano una sintesi tra l'estetica del teatro *kabuki* e del look della band heavy metal statunitense KISS.

³⁰ Band fondata alla fine del 1984, scioltasi alla fine degli anni Novanta. Si ritiene che abbia avuto una forte influenza sullo sviluppo del *visual kei*. Infatti, essendo nata e cresciuta nello stesso contesto storico e sociale dei fondatori del movimento, questo gruppo presenta delle caratteristiche estetiche per lo più identiche a quelle del primo *visual kei*.



Fig. 10: YOKOSUKA SAVER TIGER (foto del 1984 ca.).



Fig.11: DEAD END
(foto del 1984 ca.).

Al contrario, vengono etichettati come *visual kei*, alcuni artisti che, come si è visto analizzando le caratteristiche della terza fase, iniziano a perdere quelle che erano originariamente le peculiarità del genere: fanno la loro comparsa artisti dal trucco leggero e i capelli corti che si presentano sul palco con il vestito elegante o casual. Il loro impatto visivo non è certo equiparabile rispetto a quello dei gruppi dei primi due periodi, eppure sono *visual kei*, si considerano tali così come sono considerati tali dai fan.

Questa categorizzazione, già di per sé problematica a causa della varietà di stili racchiusi al suo interno, viene ulteriormente complicata dalla presenza di band come i L'Arc~en~Ciel³¹ (fig.11) che, da un momento all'altro della loro carriera, non solo respinsero con forza questa etichetta, ma arrivarono anche a rinnegare la propria appartenenza al genere anche in passato³².

³¹ Band formatasi a Ōsaka nel 1991. Il sound orecchiabile proposto da questi musicisti li portò a conquistare una consistente fetta di pubblico e vennero considerati come una delle quattro band più significative del *visual kei* degli anni Novanta. Infatti, l'estetica dei membri presentava caratteristiche facilmente riconducibili al movimento, al quale furono inizialmente ricondotti. Tuttavia, successivamente, gli artisti proposero per uno stile più sobrio e semplice, e arrivarono a negare con forza la loro appartenenza al genere. La band è tutt'ora in attività e categorizzata come una semplice band rock.

³² È famoso e degno di nota l'episodio che vede protagonista questa band nella puntata del 1 maggio 1999 (registrata il 19 aprile) di Pop Jam, programma musicale dell'emittente NHK, al quale furono presentati come artisti *visual kei*. I membri del gruppo si indignarono a quest'affermazione, e negarono, per la prima volta nella loro carriera, l'appartenenza a questo genere. YAMAGUCHI, "Vijuaru kei kenkyuu ...", cit. p. 94; MORIGAWA Takuo, *Vijuaru rokku no keifu* (La genealogia del visual rock), in Inoue T., *Vijuaru kei no jidai – rokku, keshō, jendā*, Tōkyō, Seikyūsha, Luglio 2003, pp. 43-109.



Fig. 12: L'Arc en Ciel (1994).

Alla luce di queste considerazioni, si può affermare che, nonostante emergano delle caratteristiche comuni tra le band appartenenti al *visual kei*, questi parametri non possono dirsi assoluti e la presenza o meno di alcuni degli elementi precedentemente esposti non consente dunque di collocare con certezza i gruppi in questo filone. Tuttavia, si può osservare che non esistono esempi di band precedenti al debutto come major degli X, avvenuto nel 1989, che siano etichettate sotto questo genere: come evidenziato dalle definizioni proposte, il fattore temporale diventa dunque un criterio molto importante per la determinazione di quali gruppi farvi rientrare. È infatti opinione comune in Giappone che *visual kei* sia stato avviato dai membri degli X: questa convinzione porta a escludere dal genere tutti gli artisti precedenti, per quanto presentino peculiarità vicine a quelle di questa prima band. Inoltre, è possibile azzardare che un altro elemento fondamentale per la categorizzazione dei musicisti in questo filone sia la percezione: si può dire che un gruppo è *visual kei* nel momento in cui viene ritenuto tale sia dal pubblico, sia dagli artisti stessi. Tenendo conto di questo fattore, appare chiaro come tutte le band precedenti agli X siano automaticamente escluse da questo genere, in quanto non avrebbero potuto riconoscersi all'interno di un movimento non ancora avviato. Inoltre, si spiegherebbe non solo l'adesione di alcuni artisti, come quelli della fine degli anni Novanta, il cui look non è così eccessivo da giustificare la collocazione in questo filone, ma anche il mancato inserimento di altri che, come i suddetti L'Arc~en~Ciel, presentano, o hanno presentato, caratteristiche molto vicine a quelle dei gruppi *visual kei*.

Il *visual kei* appare dunque come un filone molto variegato al suo interno, al punto che diventa difficile definirne in modo chiaro i contorni. Nonostante sia possibile evidenziare delle caratteristiche comuni, sia a livello musicale che di look, nessuna di queste può essere applicata a

tutte le band che vengono considerate parte di questo genere. Il forte impatto visivo, unica caratteristica che per un periodo ha riunito sotto di se tutti gli artisti, è andato via via sfumando con il tempo, lasciando spazio a un nuovo parametro, la percezione: un elemento soggettivo che supera i criteri di giudizio oggettivi e permette a questo genere di inglobare al proprio interno una notevole quantità di stili, complicandone la definizione.

2. NASCITA E SVILUPPO DEL *VISUAL KEI*

Il *visual kei* è conosciuto in tutto il mondo per essere un fenomeno peculiare della scena musicale giapponese, nato tra la metà e la fine degli anni Ottanta.³³ Per quanto questo tratto di giapponesità venga enfatizzato, spesso oltre misura, dai media internazionali, non si può non riconoscerne l'unicità: non vi sono esempi significativi di altri movimenti che condividono la varietà e l'estetica trasgressiva che caratterizzano questo fenomeno. Grazie alla sua singolarità e alla sua stravaganza, il *visual kei*, primo e unico esempio di movimento rock autoctono, si presta bene anche a un processo di esotizzazione promosso dai media stranieri: diviene dunque una delle facce del "Cool Japan", uno dei simboli che rappresentano la cultura popolare giapponese all'estero, tanto che è frequente trovare foto di cosplayer *visual kei* in riviste, guide turistiche e servizi televisivi riguardo al Paese.³⁴ Ma dove affonda le sue radici questo fenomeno? Come si è sviluppato nel corso degli anni fino ad arrivare a essere una delle immagini rappresentative del Paese? Questo capitolo si propone di indagare le origini del *visual kei* e di analizzarne lo sviluppo, dai primi passi fino ad oggi.

2.1 LE ORIGINI

Sorge spontaneo chiedersi cosa abbia determinato la nascita di un fenomeno non solo musicale, ma anche culturale, della portata del *visual kei*. Nonostante sia un movimento peculiare giapponese, nell'indagare le sue origini, appare normale guardare non solo alla tradizione autoctona, ma anche all'occidente, a quei generi musicali nati per lo più in Inghilterra e Stati Uniti che presentano maggiori affinità con le band in esame, in particolare hard rock, heavy metal, gotico, punk e glam rock. Infatti, pur essendo un movimento innovativo sviluppatosi in Giappone, il *visual kei*, come tutti i fenomeni culturali e sociali, non è nato all'improvviso dal nulla, ma subisce, più o meno consapevolmente, influenze dalla tradizione precedente. Nel caso specifico, appare abbastanza evidente come gli esponenti di questo fenomeno si rifacciano a uno spirito di trasgressione e ribellione proprio delle sottoculture rock nate nei paesi anglosassoni, ciascuna con un proprio insieme di atteggiamenti, linguaggi, valori e stili. È proprio perché Regno Unito e Stati Uniti sono

³³ A sostenere l'unicità del *visual kei* come un fenomeno totalmente giapponese sono studiosi e critici come Morigawa Takuo, Yamaguchi Yoshie, Agne Steponaviciute, Ichikawa Tetsushi, Johnathon John.

³⁴ JOHNATHON, John, "Kibatsuna keshō – bunka no hyōgen to hyōjō" (Un trucco anticonformista – un'espressione e rappresentazione della cultura), in *Kosumetorojī kenkyū hōkoku*, vol.12, 2004, pp. 131-143.

la patria di questi movimenti musicali e sociali, che la loro influenza è innegabile, pur trattandosi di una corrente sviluppatasi lontano da questo epicentro, sia in termini di spazio che, in certi casi, di tempo. Data la complessità del fenomeno, e conseguentemente dell'individuazione delle sue radici, appare conveniente dividere il discorso in tre parti, guardando separatamente all'aspetto musicale, all'estetica e allo spirito che muove questo filone.

2.1.1 Il sound

Come illustrato nel precedente capitolo, la gamma di sound proposti dal *visual kei* è talmente vasta che l'elemento musicale non è una delle sue caratteristiche preponderanti e non concorre a creare dei parametri per la classificazione degli artisti all'interno di questo movimento, che, più che essere un genere musicale, appare piuttosto come una categorizzazione culturale. La varietà di suoni proposti dal *visual kei*, fa sì che non sia possibile indicare con precisione dove questi affondino le loro radici, ma solo ricondurli a grandi linee al mondo del rock, occidentale e autoctono: alcuni artisti guardano allo industrial rock, dai suoni e ritmi che richiamano i rumori dei cantieri di lavoro; altri si ispirano al progressive rock e alla sua drammaticità, o al gothic metal, dai testi cupi e melodrammatici e dai suoni che richiamano alla mente un'atmosfera cupa e medievale.³⁵ Tra i vari sottogeneri del rock occidentale, quelli che hanno lasciato influenze più profonde nel *visual kei* sono lo hard rock, fondato su assoli strumentali e voci spesso stridenti e, soprattutto, lo heavy metal, tra suoni forti e aggressivi, pesanti riff di chitarra e urla del cantante: questi elementi sono spesso riscontrabili nel sound di molte delle band *visual kei*.

Nonostante in passato fosse radicata in Giappone l'idea che il vero rock potesse essere eseguito solo da musicisti occidentali e che le band locali fossero condannate a non superare il livello di mera imitazione degli artisti stranieri,³⁶ nella formazione del *visual kei* è preponderante anche l'influenza di due correnti della tradizione musicale giapponese: il Japanese heavy metal e il *kayōkyoku* 歌謡曲.³⁷ I gruppi categorizzati come Japanese heavy metal, spesso abbreviato in *japameta* ジャパメタ, fecero la loro comparsa verso la fine degli anni Sessanta, occupandosi per

³⁵ YOSHIMURA Eiichi. "vijuaru kei wo tsukutta meiban 30 serekushon" (Selezione di 30 brani celebri che hanno creato il visual kei), in *Ongakushi ga kakanai Jpopu hihyō*, vol. 27, 28 Luglio 2003, pp.118-121.

³⁶ ICHIKAWA Tetsushi, "Nihonjin ga yōgaku konpurekkusu kara yōyaku kaihō sareta, rekishitekina shunkan" (Il momento storico in cui i giapponesi sono stati liberati dal complesso nei confronti della musica occidentale), in *Ongakushi ga kakanai Jpopu hihyō*, vol. 27, 28 Luglio 2003; INOUE, "Constructing Male Aesthetics...", cit., p. 193; INOUE, "Vijuaru kei to jendā...", cit., p. 23-24; MUROTA Naoko, "Shōjo tachi no ibasho sagashi – vijuaru rokku to shōjo manga" (La ricerca del proprio ruolo da parte delle ragazze – il *visual rock* e lo *shōjo manga*), in INOUE Takako (a cura di), *Vijuaru kei no jidai – rokku, keshō, jendā*, Tōkyō, Seikyūsha, Luglio 2003

³⁷ Canzoni popolari giapponesi il cui canto incentrato su tecniche autoctone è supportato da un accompagnamento musicale occidentale. Sviluppatesi in periodo Showa (1926-1989), vengono considerate la base da cui si sono evoluti il J-pop (Japanese pop) e i suoi vari sottogeneri.

lo più di cover di artisti heavy metal americani. Tramite l'ascolto e la riproduzione dei pezzi delle grandi band occidentali, arrivarono gradualmente ad assimilare il sound, le tecniche e le caratteristiche di questa musica fino ad allora sconosciuta in Giappone, creando le prime canzoni inedite nei primi anni Settanta. Ciò nonostante, continuò a essere diffusa l'idea che una band giapponese non potesse competere con quelle straniere, e solo un numero limitato di artisti, come ad esempio i LOUDNESS³⁸ e i BOW WOW,³⁹ riuscì a guadagnarsi una buona fama. Tuttavia, questi pochi gruppi arrivarono quasi ad annullare il processo di idolatrizzazione degli artisti occidentali, diventando gli eroi musicali di molti giovani giapponesi, almeno fino alla seconda metà degli anni Ottanta. Ebbe così inizio il "band boom": nel corso degli anni ottanta si assistette a un'impennata nel numero delle band amatoriali, favorita anche dalla creazione tra il 1985 e il 1991 di programmi televisivi notturni incentrati sull'attività di questi nuovi artisti.⁴⁰ Non è raro trovare tra i ragazzi che hanno contribuito al band boom formando delle proprie band ispirate da questi musicisti nazionali, individui che, qualche anno più tardi, avrebbero fatto la storia del *visual kei*.⁴¹ Prendendo in considerazione questo fatto, appare chiaro come lo heavy metal autoctono fosse messo in secondo piano rispetto a quello occidentale solo per quanto riguarda la critica e il giudizio della popolazione media: al contrario, le future rock star del Giappone amavano questa corrente, che ha dunque giocato un ruolo preponderante nella formazione del senso musicale degli artisti *visual kei*.

Un'altra influenza non trascurabile è quella rappresentata dal *kayōkyoku*, che, insieme allo *enka* 演歌, era considerato la musica giapponese per eccellenza, quella senza dubbio più in voga al momento. Anche se questo filone musicale è considerato pop, ha avuto grandi influenze sul rock giapponese, in quanto l'avvicinamento al sound del *kayōkyoku*, a cui i giapponesi erano strettamente legati, consentì agli artisti di produrre una musica nuova per il Paese, ma comunque appetibile per il pubblico, contrariamente al rock puro in stile occidentale. Oltre a donare al *visual kei* una linea melodica diversa rispetto a quella del rock anglosassone, il *kayōkyoku* ebbe una grande influenza sui testi delle canzoni: nella maggior parte dei casi, essi appaiono melodrammatici e malinconici, spesso incentrati su amori finiti e cuori infranti, che talvolta richiamano un'atmosfera cupa derivante dall'influenza del gothic metal. La tristezza intorno a cui ruotano le parole,

³⁸ Formata nel maggio del 1981 a Ōsaka e tutt'ora in attività, è una delle band di maggior spicco nella scena heavy metal giapponese. I LOUDNESS sono passati alla storia come il primo gruppo *japameta* ad aver intrapreso un tour negli Stati Uniti, arrivando a pubblicare degli album internazionali e a collaborare con artisti stranieri.

³⁹ I BOW WOW sono un'altra delle band *japameta* più celebri, fondata nel 1975 e, dopo aver cambiato il proprio nome in VOW WOW nel 1984, sciolta nel 1990. Il 1998 vede la riformazione di questa storica band, sotto il nome di BOWWOW.

⁴⁰ INOUE, "Constructing Male Aesthetics...", cit., pp. 192, 210; INOUE, "Vijuaru kei to jendā", cit., p. 23; INOUE Takako, "Kakuchō sareta 'otoko no bigaku – X wo megutte'" ("L'estetica maschile" ampliata – Girando intorno agli X), in INOUE T., *Vijuaru kei no jidai – rokku, keshō, jendā*, Tōkyō, Seikyūsha, Luglio 2003, p. 145; MORIGAWA, "Vijuaru rokku no keifu...", cit., p. 87; YAMAGUCHI, "Vijuaru kei kenkyū...", cit., p. 92.

⁴¹ Ibid.

caratteristica non solo del *kayōkyoku* ma anche dello *enka*, viene ripresa dagli artisti del *visual kei* e rinnovata: se nelle canzoni popolari la malinconia è data semplicemente dalla separazione dalla persona amata,⁴² nei testi di questi nuovi artisti essa viene spesso legata, oltre che all'abbandono, anche alla morte del compagno, e solo saltuariamente scaturisce anche dal senso di perdita della propria identità o dalla consapevolezza di una follia da cui il protagonista non riesce a liberarsi, come una prigionia all'interno della propria mente. Se nella tradizione del *kayōkyoku* e soprattutto dello *enka*, dove nella maggior parte dei casi si ritrovano interpreti femminili, quello che viene cantato è il sentimento di una donna che accetta passivamente le azioni dell'uomo amato, al quale tuttavia rimarrà fedele per sempre,⁴³ nel *visual kei*, le cui band sono formate esclusivamente da artisti di sesso maschile, questa prospettiva viene ribaltata: i testi raccontano il dolore e la nostalgia che un uomo prova per una storia finita o per la morte dell'amata. La donna non è altro che una figura appena accennata nel testo, un *kimi* 君 (tu) privo di sentimenti e spessore psicologico, talvolta neanche nominato, la cui presenza si può solo intuire dietro alle parole: tutto ruota intorno alla tempesta di sentimenti che investe il cuore e l'animo del protagonista maschile, interpretato dai membri stessi della band.

Si può dunque affermare che grazie alle influenze della tradizione autoctona, il *visual kei* sfiora da quella che è la musicalità e la sfera sentimentale del rock occidentale, acquisendo un carattere di unicità che fa sì che non possa essere considerato una mera copia di artisti stranieri.

2.1.2 L'estetica

Se individuare le radici del sound del *visual kei* appare complesso in quanto presenta una commistione di stili molto vari, il discorso non si semplifica nel cercare le origini della sua estetica peculiare, soprattutto a causa dei cambiamenti avvenuti con il passare degli anni. Le sottoculture che ruotano intorno ai vari generi della musica rock hanno sempre avuto in comune uno spirito di forte ribellione, che sfocia nell'elaborazione di uno stile estetico identificativo, più o meno trasgressivo. Questo avviene tramite un processo per cui a determinati oggetti e abiti, come ad esempio spille da balia e giubbotti in pelle, viene legato un significato preciso, caratteristico del messaggio portato avanti da quello specifico stile musicale: diventano simboli e paradigmi di un gruppo giovanile per cui lo stile rappresenta uno strumento espressivo, non una semplice forma di

⁴² YANO, Christine R., "The Marketing of Tears – Consuming Emotions in Japanese Popular Song", in CRAIG, Timothy J. (a cura di), *Japan Pop! – Inside the World of Japanese Popular Culture*, New York, ME Sharpe, 2000, pp. 61-74.

⁴³ Ibid.

apparenza.⁴⁴ Tutti i generi che hanno avuto influenze musicali sul *visual kei* non fanno eccezione: ne deriva che gli artisti che hanno dato vita a questo movimento sono entrati in contatto con quelle tipologie di stile e con i loro valori. Ma quali sono e in quale misura hanno influito sullo sviluppo del senso estetico tipico di una band *visual kei*? Anche a questo proposito, appare utile dividere l'analisi in due filoni di influenza: quello occidentale e quello autoctono.

2.1.2.1 Correnti occidentali

Per quanto riguarda l'influenza occidentale, studiosi e giornalisti come Morigawa Takuo, Kashiwagi Yasunori e Yoshimura Eiichi incentrano la loro ricerca delle radici dello stile *visual kei* principalmente su tre movimenti: punk, glam rock e new romantic, heavy metal, e gothic. Intorno a questi tre generi infatti, si sono sviluppate quelle che risultano essere le subculture dal look più eccessivo e stravagante e quindi più facilmente accostabili al *visual kei*.

2.1.2.1.1 Glam rock

Il glam rock, o glitter rock, si è sviluppato in Inghilterra tra la metà e la fine degli anni Sessanta, raggiungendo un picco di popolarità nel Regno Unito nei primi anni Settanta. All'epoca fece scalpore: non tanto per i costumi dai colori sgargianti, esagerati e pomposi, quanto per l'utilizzo del trucco da parte di artisti di sesso maschile.



Fig. 13: Marc Bolan (T-Rex).



Fig. 14: David Bowie.

⁴⁴ HEBDIGE, Dick, *SUBCULTURE – the meaning of style*, London, Methuen & Co. Ltd, 1979.

Come si vedrà meglio in un capitolo esclusivamente dedicato alle questioni di gender, questo utilizzo del make up non va a mettere in crisi solo la mentalità generale che considera i cosmetici come oggetti appartenenti esclusivamente alla sfera del mondo femminile, ma anche i valori del rock, che per quanto trasgressivo punta sulla estremizzazione del tradizionale ideale di virilità. Proprio per questa sua caratteristica, è facile considerare il glam rock, in particolare David Bowie⁴⁵ e i T-rex,⁴⁶ come l'antenato più prossimo al *visual kei*, tanto che nell'indagarne le origini non si può fare a meno di prenderli in considerazione. Pur riconoscendo piccole differenze apparenti tra i due movimenti, anche Megan Pfeifle afferma che "From it's inception, visual kei has been a wild music style on the back of Western glam rock and the rebellion of Japanese youth",⁴⁷ arrivando a definire il *visual kei* come "the Japanese emulation of the glam rock".⁴⁸ Secondo la studiosa, il movimento è una rielaborazione del glam rock in quanto fece propri i fondamenti di questo movimento inglese: trucco, capigliature ribelli e figure talvolta androgine. Tuttavia, in *Vijuaru rokku no keifu* ヴィジュアル・ロックの系譜 (Genealogia del *visual rock*) Morigawa Takuo afferma:⁴⁹

Rimangono alcuni dubbi circa l'idea semplicistica del glam rock come origine dell'aspetto esteriore del *visual rock*. Facendo un discorso generazionale, si può affermare che fosse così inevitabile che giovani che negli anni Novanta erano ventenni si uniformassero direttamente a un fenomeno come il glam rock, sorto vent'anni prima in Inghilterra? [...] Dal punto di vista dell'età, sembra impossibile nel pensare che la generazione del *visual rock*, che ha avuto inizio con YOSHIKI,⁵⁰ abbia subito un'influenza diretta dal glam rock.

Morigawa bocchia dunque la teoria che vede il glam rock come radice diretta del *visual kei*, avvalendosi di una motivazione di tipo temporale, evidenziando come questo movimento nato nell'Inghilterra dei primi anni Settanta sia troppo distante dai giovani artisti giapponesi che diedero vita al fenomeno in esame. Nello stesso saggio infatti, egli esamina i cicli che, in epoca moderna, portano al rinnovamento di un determinato movimento artistico e, in modo particolare, musicale, arrivando a indicarne la durata temporale in dieci anni. Morigawa elabora questa teoria di intervalli decennali tenendo conto del tempo necessario ad acquisire una sufficiente maestria in uno strumento che consenta di andare oltre alla mera copia della corrente musicale presa a modello, e, conseguentemente, di arrivare a un sound abbastanza innovativo da motivare la creazione di un

⁴⁵ Nome d'arte di David Robert Jones (1947-), uno degli esponenti più celebri del glam rock.

⁴⁶ Gruppo fondato a Londra nel 1967 e attivo fino al 1977, è considerato il fondatore della corrente glam rock.

⁴⁷ PFEIFLE, Megan, "Exposing the underground: the Japanese culture of visual kei", in *The George Mason Review*, vol. 21, 2011-2012, p. 74.

⁴⁸ PFEIFLE, "Exposing the underground....", cit., p. 76.

⁴⁹ MORIGAWA, "Vijuaru rokku no keifu..." cit., pp. 52-53.

⁵⁰ Hayashi Yoshiki (1965-), leader e fondatore degli X.

nuovo genere. Questa teorizzazione può trovare conferma se si guarda alla scena rock a partire dagli anni Settanta, in quanto si ebbe infatti un susseguirsi di apparizioni di generi musicali nuovi a intervalli di circa dieci anni l'uno dall'altro: solo per fare un esempio, il movimento denominato new romantic, nato dalle ceneri del glam rock dei primi anni Settanta, fece la sua comparsa intorno alla prima metà degli anni Ottanta. Ne deriva che appare più logico pensare che, soprattutto se si considera la brevissima durata⁵¹ del glam rock e la sua scarsa fama in Giappone, i giovani pionieri del *visual kei* abbiano subito influenze più dirette e forti da movimenti in pieno fermento negli anni della loro adolescenza, primi tra tutti l'heavy metal occidentale e autoctono. Il glam rock, con i suoi colori vivaci e accesi, trova ben pochi punti in comune con il *visual kei*, incentrato nella sua prima fase sul *kurofuku kei*, i cui artisti si proponevano al pubblico con un'immagine ben più aggressiva e forte rispetto a quanto invece fatto dai suoi ipotetici predecessori: come citato da Ichikawa Tetsushi in *Nihonjin ga yōgaku konpurekkusu kara yōyaku kaihō sareta, rekishitekina shunkan* 日本人が洋楽コンプレックスからようやく開放された、歴史的な瞬間 (Il momento storico in cui i giapponesi si sono liberati dal complesso nei confronti della musica occidentale),⁵² lo stesso Roger Taylor,⁵³ ex batterista della celebre band glam rock Queen, affermò che “gli X sono cento volte più appariscenti dei Queen”. Anche i capelli cotonati, citati da Megan Pfeifle come una delle caratteristiche del glam rock che rivivono nell'estetica del *visual kei*, trovano ben poco seguito all'interno della prima fase del fenomeno, che predilige alte creste. È vero che intorno alla metà degli anni Novanta, cioè nella seconda parte del movimento, possono essere evidenziate alcune apparenti similitudini sotto questo aspetto: si assiste infatti a un graduale abbassamento delle capigliature degli artisti che portò all'abbandono quasi totale delle creste per acconciature molto voluminose, che in qualche modo possono ricordare il mondo del glam rock. Tuttavia, è chiaro che in questa fase il modello estetico di riferimento diretto non sono le band inglesi, quanto le stesse band interne al filone del *visual kei*: si tratta di una evoluzione stilistica interna, in cui l'occidente ha avuto un ruolo marginale. In più, bisogna considerare che in questo periodo, il movimento del glam rock era ormai spento da una ventina d'anni, e appare quindi molto improbabile che qualche artista abbia guardato nello specifico a un genere tramontato da così tanto tempo.

Come afferma anche Yoshimura Eiichi,⁵⁴ la più grande affinità tra *visual kei* e glam rock è da individuarsi nel tipo di categorizzazione: essa infatti si basa per la prima volta non sul sound,

⁵¹ Il glam rock nacque nei primi anni Settanta, raggiungendo presto il boom. Tuttavia, esso ebbe vita breve, in quanto cominciò a declinare già a partire dalla metà della stessa decade.

⁵² *Ongakushi ga kakanai Jpoppu hihyō*, vol. 27, 28 Luglio 2003, p.70

⁵³ Roger Meddows Taylor (1949-) fu il batterista e uno dei membri fondatori dei Queen. Nel 1994 uscì il singolo *Foreign Sand*, risultato di una collaborazione tra l'artista inglese e YOSHIKI.

⁵⁴ YOSHIMURA. “Vijuaru kei wo tsukutta...”, cit.

quanto su aspetti di tipo estetico, in cui il look diventa la caratteristica peculiare di quel movimento. È dunque possibile azzardare che questo movimento ebbe un'influenza maggiore sull'approccio critico e di categorizzazione delle band nei vari generi, piuttosto che direttamente sugli artisti. Tuttavia, non si può negare del tutto la risonanza che il glam rock ha avuto sui pionieri del *visual kei*. Morigawa non tiene in considerazione il fatto che molte delle band e artisti che hanno raggiunto il successo sotto questa etichetta negli anni Novanta, erano in attività già intorno alla metà degli anni Ottanta, a livello amatoriale o di indie. Per portare l'esempio citato da Morigawa stesso, YOSHIKI fondò la sua band, gli X, già nel 1982, anche se il successo arrivò alla fine della decade. Appare dunque evidente che la distanza temporale tra i due movimenti evidenziata dallo studioso diminuisce sensibilmente, riavvicinandosi al ciclo decennale ideale: lo stesso artista si dichiara un fan dei T-rex e lui e la sua band eseguirono spesso delle cover della canzone *20th Century Boy*⁵⁵, uno dei successi maggiori del gruppo londinese.

Infine, nel valutare l'influenza del glam rock nel *visual kei*, non si può sottovalutare un altro aspetto dell'estetica del glam rock: l'aspetto transgender. Infatti, nella storia del rock, il glam fu la prima corrente a utilizzare il make up non per far risaltare la virilità dell'artista, quanto più per abbellirne la figura, portando in alcuni casi all'elaborazione di un'estetica ai limiti dell'androginia. Proprio questo accenno di androginia, elemento nuovo nel mondo della musica rock fortemente maschilista, viene ripreso e accentuato dal new romantic, un genere musicale che si fonda sull'estetica, nato nell'Inghilterra dei primi anni Ottanta direttamente dalle ceneri del glam rock, che, continuando sulla scia dei suoi predecessori a fare uso di costumi molto eccentrici e pomposi, lancia l'utilizzo di un make up molto pesante. Il new romantic, capitanato da gruppi come i Culture Club⁵⁶ e i JAPAN⁵⁷, ebbe in Giappone un successo di gran lunga maggiore rispetto al glam rock ed estese il suo boom anche a questo Paese, arrivando ad entrare nelle classifiche televisive dei dischi e a conquistare il cuore di moltissime ragazzine giapponesi, sensibili al fascino di queste figure androgine vagamente richiamano il mondo degli *shōjo manga* 少女マンガ. Gli artisti *visual kei* si ispirarono a questi due movimenti e estremizzarono l'androginia da essi proposta, fino a farne una delle loro peculiarità più rappresentative. Non a caso, il primo artista a proporsi con un'immagine femminile fu proprio YOSHIKI, il quale da un momento all'altro della sua carriera, elaborò uno stile nuovo, apparendo sul palco avvolto in abiti di pizzo, su cui ricadevano lunghi capelli

⁵⁵ Singolo pubblicato nel 1973.

⁵⁶ Band britannica fondata nel 1982 e in attività fino al 1986, riunita poi alla fine del secolo per altri quattro anni. I loro successi maggiori, a esempio *Karma Chameleon*, conquistarono la vetta delle classifiche internazionali, consolidando la band come una delle più importanti del movimento new romantic.

⁵⁷ I JAPAN, sono una band londinese attiva dal 1977 al 1982, è considerata una delle band di passaggio dal glam rock al new romantic.

ondulati.⁵⁸



Fig. 15: Foto esemplificativa dell'estetica androgina che YOSHIKI ha presentato dal 1990 al 1994.

Come Morigawa stesso riconosce, anche se non è possibile individuare nel glam rock il punto di partenza del *visual kei*, non si può ignorare l'influenza che questo movimento ha avuto sulla scena musicale giapponese, in particolare sul fenomeno in esame.⁵⁹ Il legame tra questi due movimenti può dunque essere evidenziato principalmente sotto due aspetti: la critica e la rappresentazione di genere. Il glam rock è sicuramente molto lontano dalla maggioranza degli artisti giapponesi che portarono al successo il *visual kei*, ma non abbastanza da ritenerlo marginale ai fini dell'elaborazione dell'estetica del movimento, e si può affermare che esso ha un'influenza indiretta: infatti, molti gli esponenti del primo *visual kei* e del precedente rock giapponese ispiratisi al glam sono stati presi a modello dalle varie band del filone. Inoltre, anche se non fu preso come modello da emulare per il look, fu fonte di ispirazione ideale, in quanto lasciò intravedere la via per la creazione un'immagine di gender alternativa, mai presa in considerazione prima, e unica all'interno del mondo della musica rock.

2.1.2.1.2 Heavy metal

Lo heavy metal è nato in Gran Bretagna intorno ai primi anni Settanta e, in questo periodo, non

⁵⁸ INOUE, "Kakuchō sareta...", cit., p. 126.

⁵⁹ MORIGAWA, "Vijuaru rokku no keifu...", cit., pp.56-57.

presenta uno stile è particolarmente elaborato: esso punta sull'enfasi della virilità del singolo, prevedendo un trucco nullo o molto leggero, senza presentare particolari tendenze a livello dell'abbigliamento. Si può dunque affermare che nonostante il sound di questo movimento sia stato fondamentale per l'elaborazione non solo del *visual kei*, ma anche del precedente Japanese metal, l'estetica dello heavy metal non fu presa a modello per la creazione dello stile degli artisti giapponesi della fine degli anni Ottanta.

Quando l'heavy metal varcò l'oceano e arrivò negli Stati Uniti intorno alla metà della stessa decade, si assistette a una modifica sostanziale dello stile originario e gruppi americani, a esempio i Mötley Crüe,⁶⁰ presentarono un look molto più elaborato e codificato: il trucco si fece più pesante e si definì la tendenza a portare lunghi capelli biondi trattenuti da una fascia sulla fronte, talvolta cotonati su esempio del glam rock. Per quanto riguarda i costumi, si predilige il nero, con dettagli di colori sgargianti: proprio questa tipologia di abiti può essere considerata il più prossimo antenato del *kurofuku kei* giapponese che, come si può notare dalle figure 1 e 2, inizialmente era chiaramente ispirato allo stile delle band americane. Le somiglianze maggiori si possono osservare nei gruppi dei primissimi anni del *visual kei*, come ad esempio gli X e D'ERLANGER,⁶¹ i quali presentavano ancora un'estetica di transizione dal Japanese heavy metal allo stile *visual*. Un'altra influenza evidenziabile riguarda le capigliature degli artisti: infatti anche se le acconciature del *visual kei* sono riconducibili principalmente allo stile punk, la lunghezza dei capelli, la tinta spesso bionda e l'utilizzo della fascia sulla fronte da parte degli artisti giapponesi di questo movimento, sono tipiche dello heavy metal statunitense.



Fig. 16: Foto dei Mötley Crüe, come



Fig. 17: I D'ERLANGER, fondati nel 1989, sono una

⁶⁰ Gruppo heavy metal statunitense, formatosi nel 1981 a Los Angeles. Dopo essersi sciolti momentaneamente nel 2001, questa band riprese le attività nel 2004.

⁶¹ Band fondata nel 1983 e debuttata nel 1990, è considerata uno dei primissimi gruppi *visual kei*.

<p>esempio dello stile tipico dello heavy metal americano degli anni Settanta.</p>	<p>delle band categorizzate sotto l'etichetta <i>visual kei</i>, ma che presentano un'estetica vicinissima a quella del Japanese heavy metal.</p>
--	---

Inoltre, Morigawa Takuo evidenzia un altro legame, anche se non è esattamente pertinente all'ambito estetico, tra lo heavy metal e il *visual kei*: egli afferma infatti che la prima forma in stato embrionale di *cosplay* コスプレ in campo musicale si sia verificata proprio in sede di concerti di questo genere musicale, con i fan che cercarono di emulare lo stile dei propri beniamini.⁶²

Tra tutte le band heavy metal che hanno ispirato più o meno l'estetica del *visual kei* spiccano i KISS: la band fondata dal bassista Gene Simmons e dal chitarrista Paul Stanley a New York nel 1972 che subito attirò l'attenzione del pubblico per il loro look unico ed eccessivo, una sorta di sintesi tra lo stile del glam rock e quello dello heavy metal. Infatti, il look proposto da questo gruppo rielabora i tradizionali costumi dello heavy metal neri con molti componenti metallici, assimilando al suo interno anche la tradizione estetica del glam rock: presentano tute estremamente attillate, quasi quanto una seconda pelle, che danno l'impressione di provenire da un altro mondo. Al contrario di quanto avviene nel glam rock, questi costumi non furono utilizzati per creare delle figure androgine, ma riarrangiati in modo da accentuare la virilità, come tipico di ogni altro movimento di musica rock e in particolare del metal. I KISS sono famosi soprattutto per il loro trucco particolare che è diventato il simbolo della band, caratterizzando tutta la loro carriera. Questo make up consiste nel dipingere di bianco candido il volto ed enfatizzarvi gli occhi e le labbra tramite l'uso pesante e uniforme di cosmetici neri. Proprio questa loro caratteristica è accostabile alla tradizione tutta giapponese dello *shironuri*, tanto che sono molti i giornalisti, nonché gli studiosi⁶³ che affermano che i membri dei KISS abbiano tratto ispirazione dai volti degli attori del *kabuki*, teoria sostenuta anche dalla pubblicazione della registrazione audio del live tenuto a Kyōto nel 1977 intitolata *Kabuki Beasts*, quasi a confermare il legame con questa forma teatrale nata nel Giappone di periodo Edo. Tuttavia, lo stesso Gene Simmons, nel suo libro *KISS and make-up*⁶⁴, nega totalmente l'influenza dell'estetica del teatro giapponese, citando il mondo dei comics americani, in particolare quelli pubblicati dalla Marvel, come unica fonte di ispirazione per la creazione dei personaggi interpretati dai membri del gruppo.

⁶² MORIGAWA, "Vijuaru rokku no keifu...", cit., p. 70.

⁶³ Ad esempio Kashiwagi Yasunori e Morigawa Takuo

⁶⁴ SIMMONS, Gene, *KISS and make-up*, New York, Crown Publishers, 2001



Fig. 18: Foto esemplificativa del look dei KISS, rimasto immutato nel tempo.

I KISS ebbero un grande successo anche in Giappone, e figurano tra le band preferite di quasi tutti i musicisti che hanno avuto un ruolo fondamentale nella creazione del *visual kei*, che furono attratti dal loro forte impatto visivo, come racconta lo stesso YOSHIKI in un'intervista del 1994 con Ichikawa Tetsushi, citata da Morigawa in *Vijuaru kei no keifu*. Al contrario HIDE che, grazie anche alla sua formazione come parrucchiere, tra tutti i membri degli X fu quello più cosciente della sua immagine e dell'importanza dell'impatto visivo della band,⁶⁵ citò svariate volte i KISS come il gruppo che aveva risvegliato il suo interesse per la musica, ma specificò anche che inizialmente odiava il loro look: l'estetica di questo gruppo lo infastidiva, al contrario di quella proposta dagli artisti punk.⁶⁶ Nella sua prima band, gli YOKOSUKA SAVER TIGER, egli propone uno stile che unisce al look del classico heavy metal americano, gli strappi e le spille tipiche della moda punk, il tutto rielaborato seguendo l'esempio delle band heavy metal giapponesi in voga all'epoca: dall'immagine dei KISS fu accolta solamente l'idea del trucco pesante e dello *shironuri*. Non appare eccessivo affermare che il *visual kei* nacque dall'incontro dei canoni estetici affermati dagli X di YOSHIKI, che poco si discostavano dal modello dei gruppi heavy metal statunitensi, e quelli proposti da HIDE, già rielaborati e distanti dai modelli occidentali, nel momento in cui quest'ultimo venne accolto nella band come nuovo chitarrista: la loro predilezione per uno stile eccentrico e stravagante li portò ad attuare una prima sintesi dei vari look presenti nel mondo del rock occidentale e orientale.

⁶⁵ INOUE, "Constructing Male Aesthetics...", cit., p. 202; INOUE, "Kakuchō saret...", cit., p. 126.

⁶⁶ *hide DAYS new edition*, Tōkyō, Takarajimasha, 2005, p. 58

2.1.2.1.3 Punk

Pur non avendo esercitato particolare influenza sul sound del *visual kei*, il punk rientra tra i generi occidentali che hanno avuto un ruolo importante nell'elaborazione dell'estetica degli artisti giapponesi del filone. Nato nell'Inghilterra della metà degli anni Settanta e capeggiato dai Sex Pistols,⁶⁷ il punk rock presenta un look molto trasgressivo e anarchico, caratterizzato da un largo utilizzo di spille da balia, borchie e pins, applicati su abiti in pelle o tessuto frequentemente strappato, avente come colori prevalenti il rosso, il bianco ed il nero.



Fig. 19: Esempio di stile punk per le strade di Londra.

Questi elementi non trovano tuttavia un grande riscontro nel look *visual kei*: gli artisti infatti presentano uno stile molto più elaborato rispetto a quello “casual” del punk rock e, soprattutto nella prima fase del fenomeno, non si assiste all'utilizzo di borchie, spille e strappi, se non in modo sporadico. È possibile evidenziare una corrispondenza tra i colori basilari dello stile sottoculturale punk e quelli ricorrenti nei dettagli degli abiti *kurofuku kei* proposti dalle band giapponesi del primo periodo del fenomeno, ma non si tratta di un fattore di grande rilevanza. Le influenze che il punk ha avuto sui costumi del *visual kei* sono dunque minime, ma non si può dire lo stesso per le capigliature. Infatti, fu proprio il punk a lanciare la moda delle creste, di varie forme e colori, che sono state poi riprese e rielaborate, come è possibile osservare dalla figura 5, fino a diventare uno dei punti cardine dell'estetica del primo *visual kei*. Anche se, a partire dalla metà degli anni

⁶⁷ Band fondata a Londra nel 1975 dal cantante Steve Jones. Nonostante la band sia stata attiva per poco più di tre anni prima di sciogliersi nel 1979, è considerata una delle più influenti del punk anglosassone, arrivando a conquistare anche la scena internazionale con successi come *God Save the Queen* e *Anarchy in the UK*, frequentemente eseguiti come cover da vari artisti *visual kei* della prima fase del movimento.

Novanta, queste acconciature si sono avviate verso un graduale abbassamento che portò alla loro totale scomparsa nell'ultima parte del primo boom del fenomeno, le creste sfoggiate dai punk inglesi hanno indubbiamente giocato un ruolo fondamentale nel look della fase iniziale del movimento giapponese, diventando una delle sue peculiarità.



Fig. 20: La cresta che PATA,⁶⁸ chitarrista degli X, ha portato per i primissimi anni della sua carriera è un chiaro rimando all'estetica punk.



Fig. 21: I membri della band COLOR⁶⁹ sfoggiano creste di molteplici colori e forme, sfornando da quelle classiche previste dallo street style del punk.

2.1.2.2 l'influenza estetica della cultura giapponese

Guardare alla scena musicale occidentale non è sufficiente a spiegare l'estetica del *visual kei*, influenzata anche dalla tradizione interna al Paese. Infatti, gli artisti presentano affinità in particolare con i teatri *kabuki* e *Takarazuka* 宝塚歌, il *manga*, in particolare lo *shōjo manga*, e il movimento del *japameta*, al punto che è possibile affermare che, senza questi fenomeni propri della cultura giapponese, il *visual kei* non sarebbe potuto venir alla luce.

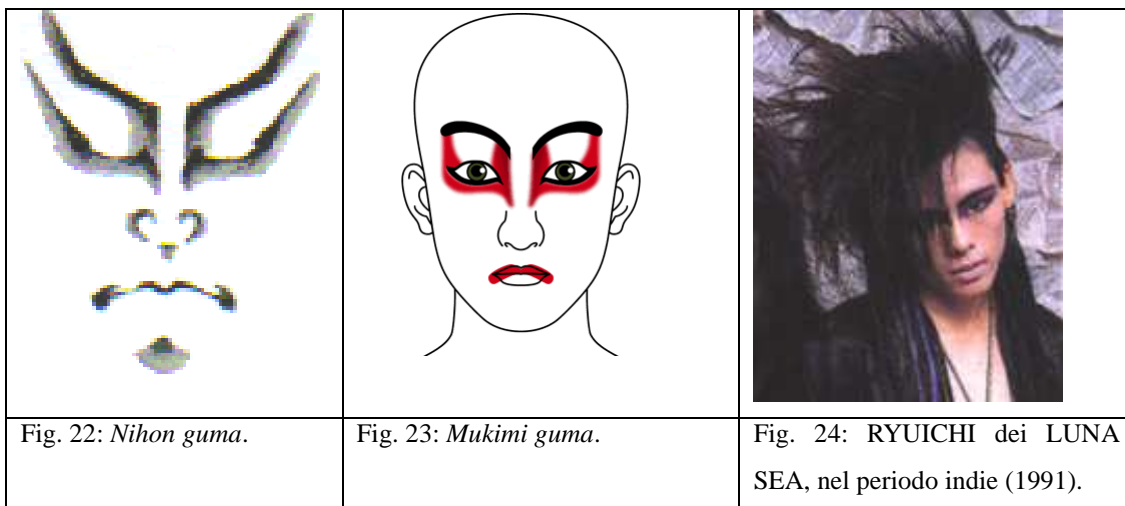
⁶⁸ Pseudonimo di Tomoaki Ishizuka (1965-), chitarrista degli X.

⁶⁹ Band fondata nel 1985 da DYNAMITE TOMMY e attiva fino al 1995. È uno dei gruppi più famosi del *visual kei* degli anni Novanta.

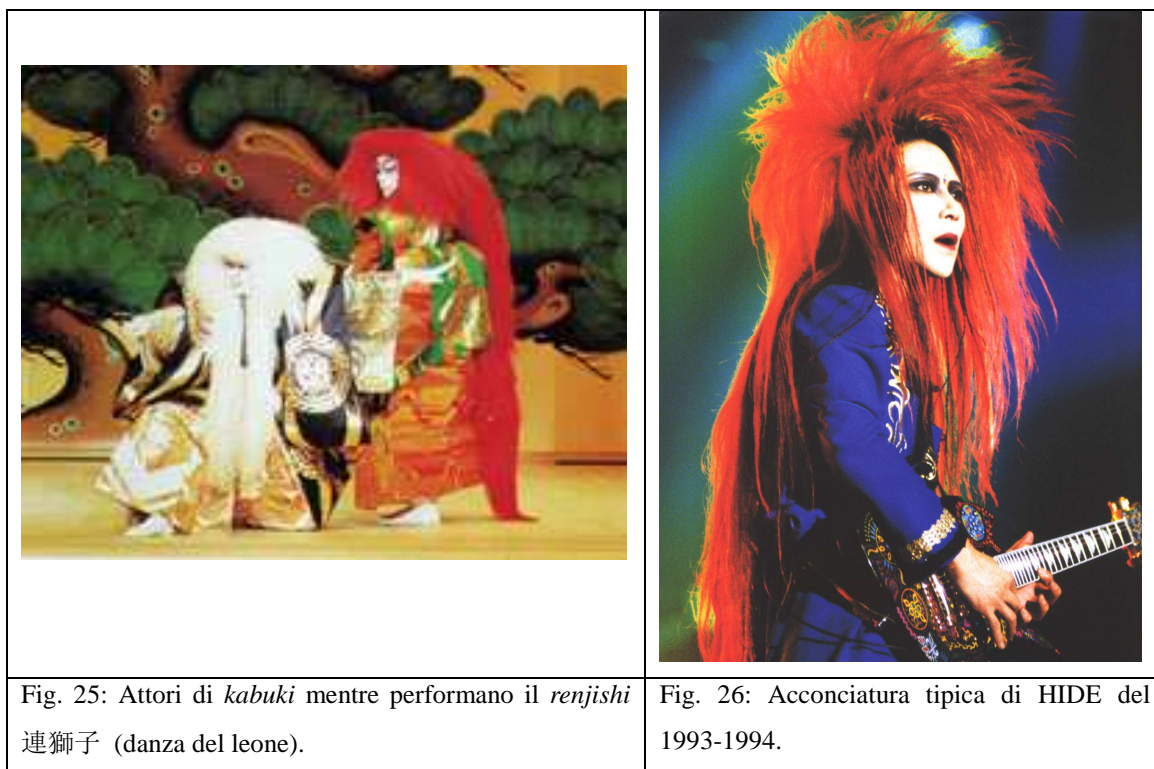
2.1.2.2.1 Il teatro *kabuki* e *Takarazuka*

Moltissimi studiosi citano il teatro *kabuki* come uno dei fattori che ebbe un ruolo importante nella formazione dell'estetica del *visual kei*, senza però approfondire i modi e le misure in cui esso agì sul nuovo movimento musicale: Inoue Takako in *Vijuaru kei to jendā* si limita a menzionare il *kabuki* come una delle possibili fonti di ispirazione per i musicisti, mentre Johnathon John⁷⁰ evidenzia come sia comunemente ritenuto che ci sia un collegamento dal punto di vista estetico tra questa forma teatrale di periodo Edo e il look degli X. Le principali similitudini tra il *kabuki* e il *visual kei* nella sua prima fase sono da individuarsi nel trucco e nelle capigliature. Il *kabuki* è famoso in tutto il mondo per i suoi *kumadori* 隈取: un trucco formato da una base di *shironuri* su cui vengono applicate su fronte, occhi e bocca, linee di colore denso e compatto, rosso o nero bluastrò a seconda che si tratti di un personaggio positivo o negativo. Esistono circa cinquanta pattern di *kumadori*, e ciascuno di essi delinea precise caratteristiche psicologiche e sociali dei personaggi presenti nel repertorio teatrale. Tra tutte queste tipologie, quelle che possono essere più facilmente accostabili al *visual kei* sono il *nihon guma* 二本隈 (let. *kuma* di due linee), che, come suggerisce il termine stesso, è formato da due sole linee di colore rosso, una all'altezza degli occhi e una sulle sopracciglia, entrambe allungate in modo da accentuare il profilo del naso, e il *mukimi guma* むきみ隈, utilizzato per lo più per l'interpretazione di personaggi giovani e virtuosi, che prevede una linea morbida e tondeggiante che segue il profilo dell'occhio in tutta la sua lunghezza unendolo alle sopracciglia. Si può infatti notare come anche nel trucco dei primissimi artisti *visual kei*, a esempio X, LUNA SEA e COLOR, e già nel Japanese heavy metal, fosse diffusa la tendenza a sfoggiare un trucco che esaltasse la forma tipica dell'occhio giapponese tramite l'utilizzo di eyeliner e ombretti dai colori compatti che ne coprivano interamente la lunghezza, colmando interamente lo spazio tra l'occhio e le sopracciglia. Inoltre, quasi tutti gli artisti erano soliti a prolungare il trucco, portandolo a enfatizzare il profilo del naso, come avveniva anche nei due *kumadori* citati.

⁷⁰ JOHNATHON, "Kibatsuna keshō...", cit., p. 134.



Per quanto riguarda le acconciature, alcuni punti di convergenza possono essere individuati in una fase più tarda del fenomeno, cioè nel momento in cui, a partire dal 1992, gli artisti cominciarono gradualmente ad abbandonare le creste che li hanno caratterizzati fino a questo momento. Si assiste all'impiego di lunghe extension per creare capigliature molto voluminose, che possono essere riconducibili a quelle presentate nel teatro kabuki.



Anche se i punti in comune tra il *kabuki* e il *visual kei* si limitano al trucco del primissimo periodo e alle acconciature di una fase immediatamente successiva, è degno di nota il fatto che le band del fenomeno condividono quella che è la filosofia di base di questa forma teatrale: il

trasgredire e l'apparire. Infatti, anche il kabuki, forma d'arte esclusivamente maschile, si caratterizza per l'utilizzo di costumi pomposi ed esagerati, dal forte impatto visivo, e per trucco che, con la sua forza espressiva, doveva sostituire le maschere utilizzate nelle altre tradizioni teatrali giapponesi. Questo legame tra i due fenomeni è ribadito anche dall'attore di *kabuki* Handō Kamesaburō, il quale in un commento su un numero speciale della rivista *SHOXX* del 1997, pubblicato in occasione dello scioglimento degli X, afferma:

“La prima volta che ho visto gli X da bambino, ho pensato che fossero come il *renjishi* 連獅子 (danza del leone) del kabuki. Sia il *V kei*⁷¹ che il *kabuki* condividono l'espressione del fascino non quotidiano, reso tramite l'utilizzo del trucco. Emaniamo lo stesso profumo... Ho pensato: ci siamo rubati le idee!”⁷²

Inoltre, per esigenze motivate dalla trama del dramma, il *kabuki* continua tutt'ora a far interpretare ruoli femminili ad attori di sesso maschile, gli *onnagata* 女形 (let. forma femminile): sotto questo aspetto, si può interpretare l'androginia e, in certi casi, il vero e proprio *josō* 女装 (vestirsi da donna) del *visual kei* come un elemento di continuità con la tradizione. Non è chiaro in che misura gli artisti del filone si siano ispirati direttamente e consapevolmente alle immagini del teatro nazionale e quanto questo legame sia dovuto a un'influenza inconsapevole: gli artisti potrebbero aver applicato automaticamente al proprio stile dei canoni estetici propri della tradizione giapponese a cui erano abituati. Inoltre, non è da escludere la possibilità che l'influenza del *kabuki* sia avvenuta in modo indiretto, tramite la presa a modello di band come KISS e David Bowie intorno a cui ruota la leggenda che si siano ispirati a questa forma teatrale per l'elaborazione del loro look.

Il *Takarazuka* è una compagnia teatrale fondata, nel 1913 da Kobayashi Ichizō 小林公一 nella regione del Kansai 関西, che può essere considerata la controparte femminile del kabuki. Infatti, questa compagnia, composta da sole donne, alcune specializzate nell'interpretazione di ruoli maschili (*otoko yaku* 男役), condivide la filosofia di base del kabuki: l'essere sfarzoso, appariscente e pomposo. I costumi indossati dalle attrici sul palco, pur essendo solitamente di stampo occidentale⁷³ e non giapponese, sono molto elaborati, quasi esagerati, e donano un forte impatto visivo alla rappresentazione in atto. Questo accento sull'aspetto e l'apparire è un punto di contatto generale non solo con il kabuki, ma anche con il *visual kei*, in quanto sono tutti movimenti

⁷¹ Abbreviazione di *visual kei*

⁷² JOHNATHON, “Kibatsuna keshō...”, cit., p. 134.

⁷³ Il repertorio è incentrato su opere di origine europea o tratti dagli shōjo manga, e solo saltuariamente tratti dal folclore del Paese.

culturali che puntano nell'enfatizzare la propria performance tramite l'utilizzo di costumi e trucco. Nello specifico, il *Takarazuka* ha avuto un'influenza molto forte sul look di tutte le band che si richiamano al mondo dell'aristocrazia europea del passato, capeggiate dai MALICE MIZER, che trovarono in questa forma teatrale un forte impatto visivo che ben si adattava alla trasposizione sui loro palchi: lo stesso MANA affermò di aver preso come riferimento l'estetica di questa compagnia teatrale per l'elaborazione dello stile di base del suo gruppo.⁷⁴



Fig. 27: *Takarazuka*.



Fig. 28: MALICE MIZER.

Ulteriori riflessioni su questo legame sono proposte anche da Iori Naoka 伊織直加, celebre *otoko yaku*, la quale afferma che il punto in comune tra il *Takarazuka* e i MALICE MIZER sta nel fatto di inscenare un mondo fantastico e sognante:⁷⁵ infatti, moltissime band *visual kei* curano minuziosamente la scenografia del palcoscenico dove si esibiscono e, grazie anche all'impatto di trucco e costumi che ben si adattano al *concept* del concerto, creano un'atmosfera che dà l'impressione allo spettatore di trovarsi in un altro mondo. La stessa attrice prosegue poi ponendo l'accento sulla diversità e complementarità di questo universo parallelo che viene a crearsi sui palchi dei due movimenti, affermando: “noi vogliamo che le persone che ci guardano vadano verso il mondo della luce, i MALICE MIZER mostrano agli spettatori il mondo dell'oscurità e della paura”.⁷⁶ Questa semplice ma efficace analisi proposta da Iori evidenzia come le band *visual kei* dallo spirito gotico e barocco rappresentino l'altra faccia del *Takarazuka*: entrambi i movimenti utilizzano il trucco e i costumi al fine di costruire il loro mondo ideale, arrivando a un risultato

⁷⁴ *Shosetsu JUNE*, vol. 87, Magajin magajin, Settembre 1997, p. 12.

⁷⁵ MUROTA Naoko, “Shōjo tachi no ibasho sagashi – vijuaru rokku to shōjo manga” (La ricerca del proprio ruolo da parte delle ragazze – il visual rock e lo shōjo manga), in INOUE Takako (a cura di), *Vijuaru kei no jidai – rokku, keshō, jendā*, Tōkyō, Seikyūsha, Luglio 2003, p.189.

⁷⁶ *Ibid.*, p.190

opposto, ma complementare come la luce e l'oscurità.

2.1.2.2.2 Lo *shōjo manga*

Tra tutti i generi di *manga* presenti nel mercato giapponese, quello che viene in mente guardando immagini di artisti *visual kei* è sicuramente lo *shōjo*, il *manga* per ragazzine, al punto che è possibile affermare che “sembra che i membri delle band *visual kei* siano dei personaggi dei *manga* balzati fuori tridimensionalmente [dalle pagine del fumetto]”.⁷⁷ Gli eroi di questi *manga* sono delle figure romantiche ideali, lontane sia dalla realtà sia dagli stereotipi di mascolinità comunemente riconosciuti: sfogliandone le pagine si trovano ragazzi dai bei lineamenti marcati, molto magri e alti, con i lucidi capelli medio-lunghi e gli occhi grandi. Sono tutte caratteristiche che si ritrovano anche negli esili artisti *visual kei*, che, con l'utilizzo del trucco, puntano a enfatizzare i lineamenti e snellire il viso tipicamente rotondo dei giapponesi, nonché a far apparire gli occhi più grandi, mettendoli in risalto grazie all'eyeliner. Il risultato è lo stesso: si vengono a creare delle figure maschili surreali e transgender. Tsuda Naoshi, uno degli ex produttori della Sony Music Entertainment, racconta l'impressione che ha avuto da uno dei suoi primi incontri con YOSHIKI: “YOSHIKI che indossava una camicia bianca e portava occhiali da sole, aveva l'aura dei *bishōnen* 美少年⁷⁸ che compaiono negli *shōjo manga*. Però, il petto di quella camicia candida era dipinto di un rosso sangue. Proprio all'altezza del cuore. Era come se fosse stato trafitto da un coltello”.⁷⁹

⁷⁷ Ibid., p.164

⁷⁸ Con il termine *bishōnen*, letteralmente bel ragazzo, si indicano i personaggi maschili dello *shōjo manga* caratterizzati da una bellezza androgina.

⁷⁹ TSUDA Naoshi, *Subete no hajimari ~ ekkusu to iu seishun ~* (L'inizio di tutto ~ la giovinezza chiamata X ~), Tōkyō, Tōhō shuppan, 2009, p. 27.



Fig. 29: Immagine tratta dal *manga Candy candy* キャンディ・キャンディ di Igarashi Yumiko, pubblicato da Kodansha dal 1975 al 1979.



Fig. 30: Immagine tratta dal *manga Kaze to ki no uta* 風と木の詩 (La poesia del vento e dell'albero) di Takemiya Keiko, pubblicato da Shōgakukan dal 1977 al 1984.



Fig. 31: YOSHIKI nei primi anni Novanta, la cui estetica fu paragonata ai personaggi di uno *shōjo manga* da Tsuda.

Inoltre, come evidenziato da Murota e dall'autore di *Chīsana gensō kara ōkina yume e ~ vijuaru kei to shōjo manga no uruwashiki sōkan kankei* 小さな幻想から大きな夢へ ~ ヴィジュアル系と少女漫画のうるわしき相関関係 (Da una piccola fantasia a un grande sogno ~ la vera correlazione tra visual kei e shōjo manga),⁸⁰ il mondo del rock, in particolare del glam rock, new romantic e, successivamente, il Japanese metal, sono sempre stati fonte di ispirazione per le *mangaka* specializzate in questo genere. Proprio perché tutti i musicisti che ne fanno parte non rispondono ai tradizionali stereotipi di virilità diffusi nella società e appaiono come appartenenti a un mondo diverso rispetto a quello quotidiano delle ragazzine giapponesi, ben si prestano a fare da base per l'elaborazione di modelli maschili alternativi: “these transgender elements are based on an imaginary world completely removed from ordinary life”.⁸¹ *Fire!* ファイヤー! (Shueisha, 1969-1971) di Mizuno Hideko 水野英子, *Aishite naito* 愛してナイト (Love me Knight – Kiss me Licia) (Shueisha, 1982-1984) di Tada Kaoru 多田かおる e *KISS xxx* (Shueisha, 1988-1991) di

⁸⁰ “Chīsana gensō kara ōkina yume e ~ vijuaru kei to shōjo manga no uruwashiki sōkan kankei” (Da una piccola fantasia a un grande sogno ~ la vera correlazione tra visual kei e shōjo manga), *Ongakushi ga kakanai Joppu hihyō*, vol. 27, 28 Luglio 2003, pp.126-127.

⁸¹ AOYAMA Tomoko, “Transgendering shōjo shōsetsu – Girl’s inter-text/sex-uality”, in MCLELLAND, Mark, DASGUPTA, Romit (a cura di), *Genders, Transgenders and Sexualities in Japan*, Londra e New York, Routledge, 2005, p. 54.

Kusumoto Maki 楠本まき, sono solo alcuni esempi dei numerosi *manga* nati dall'incontro di queste tradizioni, la cui trama si sviluppa seguendo il modello canonico che ha fatto sognare migliaia di lettrici: una famosa e promettente rock star che si innamora di un'ordinaria ragazza, solitamente una studentessa del liceo.⁸² Queste produzioni possono essere interpretate come una prima rielaborazione delle estetiche proposte dai musicisti occidentali che portò all'esagerazione dei costumi e alla propensione per figure androgine, fornendo le linee guida per la creazione dello stile *visual kei*: pur essendo *manga* pensati per ragazze, HAKUEI,⁸³ vocalist della band PENICILLIN,⁸⁴ ha affermato di essere un grande fan di *KISS xxxx*, e di avervi attinto per l'ideazione del *concept* del primo periodo di attività della sua band.⁸⁵ Tuttavia, il *manga* e il rock hanno da sempre mantenuto un rapporto di reciproca ispirazione, ed è dunque difficile tracciare dei confini e determinare con sicurezza in che misura il primo abbia influito sul secondo e viceversa.



Fig. 32: Pagina tratta dal *manga* *Aishite naito*.



Fig. 33: Illustrazione tratta dal *manga* *KISS xxxx*.



Fig. 34: HAKUEI, vocalist dei PENICILLIN.

⁸² MUROTA, "Shōjo tachi no ibasho sagashi...", cit., p. 167.

⁸³ Nome d'arte di Tanaka Hakuei (1970-), vocalist della band PENICILLIN.

⁸⁴ Band *visual kei* di quattro membri formata nel 1992 a Tōkyō e tutt'ora in attività. Caratterizzati da un sound pesante e veloce, i PENICILLIN hanno effettuato il debutto sotto major nel 1996, conquistando la loro prima hit con il singolo *Romansu* ロマンズ (Romance) (1998).

⁸⁵ "Chīsana gensō kara...", cit.

2.1.2.2.3 Lo heavy metal giapponese

Ricercando le radici del sound del *visual kei* è già stato evidenziato quanto la tradizione di heavy metal autoctona fosse stata fondamentale per la formazione degli artisti successivi. L'influenza di questo movimento, molto vicino sia temporalmente che culturalmente agli esponenti del nuovo genere musicale, è grande anche sotto il punto di vista estetico. Gli artisti del Japanese heavy metal maturarono gradualmente una forte consapevolezza dell'importanza del look per una band rock, che li portò a porre sempre maggiore attenzione al loro stile. Questo processo culminò nella prima metà degli anni Ottanta, quando gli artisti del metal giapponese arrivarono a fondere insieme elementi provenienti da tutte le estetiche proposte dai vari movimenti presenti all'interno della scena rock occidentale, distaccandosene quasi completamente e facendo nascere due nuovi sottogeneri all'interno del movimento principale: il *keshō kei* 化粧系⁸⁶ e il *kamitate kei* 髪立て系⁸⁷. Questi due filoni, che spesso si incrociavano a causa della compresenza del trucco e delle creste nella maggior parte delle band, possono essere considerati come i più prossimi antenati del *visual kei*: vi rientrano tutte le band che, come visto nella parte finale del primo capitolo, presentano un look dal forte impatto visivo talmente simile allo stile *visual* che appare impossibile tracciare una linea di confine netta tra i movimenti. Lo stretto legame tra questi due sottogeneri dello heavy metal giapponese e il *visual kei* è sottolineato anche da Hoshiko Seichi 星子誠一⁸⁸ che, parlando degli X in una puntata speciale del programma televisivo *Necchū sutajiamu* 熱中スタジアム (Lo stadio dell'entusiasmo) mandata in onda il 13 febbraio 2012 dall'emittente nazionale NHK in occasione del trentesimo anniversario del debutto della band fondatrice del filone, afferma che “a quel tempo⁸⁹ erano chiamati *keshō kei*. Tuttavia, qualcosa non mi convinceva e ho proposto il termine *visual shock kei*”:⁹⁰ l'estetica di questi movimenti era talmente simile che inizialmente erano considerati come un unico fenomeno, prima che Hoshiko percepisse come più appropriato il termine *visual shock kei*, con un chiaro riferimento allo slogan del gruppo in questione, piuttosto che *keshō* (trucco), senza riuscire però a motivare questa scelta. Anche Katō Akinori, nel suo articolo intitolato “*Bijuaru kei*” no idai naru “zenkusha” tachi 「ビジュアル系」の偉大なる“前駆者”たち (I

⁸⁶ *Keshō kei* è un termine tecnico costruito similmente alla parola *visual kei*: unisce al vocabolo *keshō* (make up) il suffisso *kei*, a indicare artisti che hanno come caratteristica comune l'utilizzo di un trucco molto pesante.

⁸⁷ *Kamitate kei*, la cui costruzione riflette quella del termine precedente, è un'etichetta che raggruppa al suo interno artisti che si caratterizzavano per le creste di varie forme che sfoggiavano: infatti, *kamitate* significa letteralmente “capelli alzati”.

⁸⁸ Media producer che ha sostenuto attivamente il *visual kei*, fondando la rivista SHOXX nel 1991.

⁸⁹ Hoshiko si riferisce al suo primo incontro con gli X, in occasione del concerto tenuto dalla band al Nippon Budōkan nel febbraio 1990.

⁹⁰ Fonte: <http://www.youtube.com/watch?v=gaFEZzC5Uwo> (data ultimo accesso: 2 febbraio 2013).

grandi “predecessori” del “*visual kei*”),⁹¹ concorda nell’individuare le radici del *visual kei* nel Japanese heavy metal, in particolare nelle band appartenenti ai due sottogeneri citati, in quanto essi curavano già notevolmente il loro look e, soprattutto, non erano più riconducibili ai canoni occidentali da cui pure avevano trovato ispirazione. Staccandosi dal discorso generale sulle caratteristiche convergenti di questa fase tarda di *japameta* e della prima del *visual kei*, e individuando negli X lo spartiacque tra i due movimenti, Katō propone tre band la cui influenza è stata particolarmente importante nel successivo movimento: i NOVELA, i 44 MAGNUM⁹² e i DEADEND. Egli individua nei NOVELA, band formata nel 1979 nella regione del Kansai e debuttata sotto major nel 1980, le vere radici del *visual kei*. Questo gruppo diede il via al processo di scollamento dal modello occidentale che portò, nel corso degli anni, all’elaborazione di uno stile nuovo e unicamente giapponese. In particolare, fu uno dei primi gruppi rock autoctoni a cercare di dare un tocco di androginità alla propria immagine. Cita poi i 44 MAGNUM come esempio di una fase di transizione dallo stile dei NOVELA a quello *visual kei*, evidenziando come la band, molto attenta al look, abbia apportato varie sperimentazioni a livello estetico, introducendo anche l’utilizzo del classico vestito da uomo, simbolo del *salary man*, modello maschile nella società giapponese. I DEADEND, categorizzati come band *keshō kei* rappresentano invece il punto di arrivo di questo processo di trasformazione stilistica evidenziato all’interno del movimento heavy metal giapponese, e vengono definiti da Katō come i “pionieri del *visual kei*”: questa band, fondata nel 1984, solo due anni dopo rispetto agli X e tre anni dopo i YOKOSUKA SABER TIGER, si sviluppò nello stesso contesto delle due band grazie alle quali nacque il filone *visual kei*, condividendone le caratteristiche stilistiche. Come afferma anche Ichikawa Tetsushi in *Watashi ga vijuaru kei datta koro* 私がヴィジュアル系だった頃 (Il tempo in cui io ero *visual kei*), gli X furono una band fondamentale nella scena musicale giapponese, non solo per l’enorme successo ottenuto su scala nazionale, ma anche per la continua innovazione stilistica e musicale perseguita dai loro membri, in particolare YOSHIKI e HIDE, tanto che si parla di “pre-X” e “post-X”, dove il “pre-X” sta ad indicare il Japanese heavy metal, in particolare i filoni *keshō kei* e *kamitate kei*, mentre il “post-X” si riferisce a tutte le band che, seguendo il loro esempio, si esprimono all’interno del movimento *visual kei* in tutti i suoi stili e forme.

⁹¹ in *Ongakushi ga kakanai...*, cit. pp. 96-98.

⁹² Band heavy metal attiva dal 1977 al 1989. Tredici anni dopo lo scioglimento, nel 2002 i 44 MAGNUM riprendono la produzione, che continua tutt’ora.

2.1.3 Lo spirito che anima il *visual kei*

Il *visual kei* non presenta un unico spirito motore del movimento, al contrario di quanto avviene, per esempio, nel mondo sottoculturale del punk, completamente mosso da un forte sentimento anarchico. Si può comunque affermare che le prime due fasi del movimento siano state animate da un sentimento di ribellione dei giovani giapponesi che vi hanno preso parte, ed è dunque possibile evidenziare un'affinità con due fenomeni sociali che hanno caratterizzato il Giappone di periodo Edo e degli anni Settanta del Novecento: gli *yankī* ヤンキー giapponesi e i *kabuki mono* 傾奇者⁹³.

Nati dallo spirito di euforia dovuto a un periodo di prosperità e pace alla fine del periodo Sengoku (1493-1590), i *kabuki mono* sono degli individui ribelli e anticonformisti da cui ebbero origine le prime forme di teatro kabuki. La denominazione di questo fenomeno sociale deriva dal verbo *kabuku* 傾く: “propendere, deviare, uscire dai ranghi, debordare, ossia indica comportamenti, modi e abbigliamenti devianti, perché eccessivi, fuori misura, non consoni con il proprio ruolo e rango sociale”.⁹⁴ I primi artisti del *visual kei*, nato negli ultimi anni di grande benessere dovuti all'economia della bolla che sarebbe scoppiata da lì a poco, sembra aver preso vita dalle ceneri dello spirito di questo fenomeno così lontano nel tempo: si cercano nuovi modelli di identità adatti all'attuale condizione economica e sociale. Di fronte a questa necessità incalzante, gli esponenti di entrambi questi movimenti, a distanza di quattrocento anni l'uno dall'altro, guardarono all'estetica e alla trasgressione come soluzione ideale per esprimere se stessi.

Translitterazione nel sillabario fonetico *katakana* del termine inglese yankee, *yankī* indica un movimento apparso in particolare nell'area del Kantō 関東 negli anni Settanta, che riuniva al suo interno gang di teppisti adolescenti e che è diventato il simbolo della ribellione dei giovani giapponesi. Anche se i ragazzi che diedero vita al *visual kei* non possono essere considerati dei veri e propri teppisti, è risaputo che, specie sotto l'effetto dell'alcol, essi erano frequentemente coinvolti in risse, talvolta anche apportando danni ai locali in cui si trovavano, tanto che si creò il detto “X no tootta ato ni wa penpen gusa mo nokoranai” 「X の通った後にはぺんぺん草も残らない」 (dove passano gli X non cresce neanche più l'erba).⁹⁵ Inoltre, la musica rock, la moda sottoculturale che vi ruotava intorno e i capelli lunghi, solo per citare alcune delle caratteristiche proprie degli ragazzi che si apprestavano a dare vita al fenomeno del *visual kei*, erano percepiti

⁹³ ICHIKAWA, *Watashi ga...*, cit., p. 39-40.

⁹⁴ RUPERTI, Bonaventura, “L'arte dell'attore nel teatro Kabuki”, *Ritratti d'Oriente*, Volume per il XL anniversario di fondazione dell'Istituto Giapponese di Cultura in Roma, 2004, p. 72.

⁹⁵ INOUE, “Constructing Male Aesthetics...”, cit., p. 197; INOUE, “Kakuchō sareta...”, cit., p. 116.

come simbolo di ribellione antisociale: agli occhi di molti giapponesi, questi giovani artisti erano dunque molto simili agli *yankī*. Sebbene, come evidenziato da Inoue in *Vijuaru kei to jendā*, una volta scesi dal palco gli artisti conducevano interviste e si avvicinavano a fan e staff in linea con le regole di buona educazione previste dalla società, a differenza di quanto spesso avveniva nel mondo del rock occidentale, non riuscirono a liberarsi da questa immagine di poco di buono recepita dalla popolazione giapponese, almeno fino al momento in cui alcune band, primi tra tutti X e LUNA SEA, arrivarono a essere gli esponenti più importanti della musica del Paese, varcando persino i confini dello Stato.

Il rock è un genere musicale frutto dello sviluppo tecnologico, in quanto non solo si basa su strumenti elettrificati e amplificatori da cui dipendono la varietà e la forza dei suoni prodotti, ma anche perché è creato, prodotto e consumato in una società caratterizzata da un'economia di mercato capitalista. Ciò nonostante, come viene evidenziato da Inoue Takako in *Vijuaru kei to jendā* e in *Constructing Male Aesthetics in Rock and Makeup: Gender Strategies by Musicians and Fans of Visual Rock in Japan*, è curioso notare come molti musicisti che si esprimono all'interno delle varie sottocategorie di questo genere inseriscano nei loro testi, interviste ed estetiche dei discorsi anti-modernità. Un esempio in questo senso è riscontrabile in tutta la cultura gotica, in quanto non solo l'estetica, ma anche la musicalità e i testi richiamano un mondo fantastico dall'atmosfera nostalgica del passato. Apparentemente, la filosofia di base di questi movimenti è facilmente assimilabile a tutte le band *visual kei* che fecero dell'antico mondo europeo il centro della loro arte. Tuttavia, questo guardare al passato è da intendersi in maniera diversa nel caso degli artisti giapponesi del filone: nella maggioranza dei casi, il loro rifarsi a un mondo ormai perso nel tempo è privo di ogni forma di critica al presente. Per queste band dunque, l'Europa vittoriana e gotica è solo un modello estetico a cui fare riferimento per creare l'atmosfera delle loro esibizioni.

Infine, oltre alla ribellione finalizzata all'espressione di un sé che non riesce a riconoscersi nei modelli proposti dalla società, un altro fatto ha avuto un ruolo preponderante nella scelta di entrare nel *visual kei*: l'aspetto interpretato come mezzo tramite il quale ottenere attenzione. Per molti artisti infatti, apparire in maniera eccentrica e distaccarsi da tutti gli altri era un mezzo per attirare su di sé gli occhi del pubblico e, conseguentemente, avere l'occasione di essere ascoltati. Questo fattore, già evidenziabile nel pensiero di YOSHIKI⁹⁶ e HIDE,⁹⁷ inizialmente non diede il risultato sperato, e, come si vedrà nella prossima parte del capitolo, le band andarono incontro a numerosi rifiuti da parte delle case discografiche: in questa prima fase dunque, considerare il look uno

⁹⁶ INOUE, "Constructing Male Aesthetics...", cit., p. 204.

⁹⁷ Matsumoto Hiroshi, fratello minore e manager di HIDE, spiega la propensione dell'artista per lo stile *visual* tramite tre elementi: il fascino del rock, l'espressione della propria individualità e il considerarlo un mezzo per far ascoltare ad un pubblico sempre maggiore la sua musica.

strumento per raggiungere il successo non appare come la motivazione principale degli artisti per perseguire uno stile così eccentrico, in quanto avrebbero avuto sicuramente più possibilità di stipulare un contratto se si fossero presentati in modo più modesto.⁹⁸ Tuttavia, con il grande successo delle band di cui sopra, il *visual kei* divenne davvero un mezzo per arrivare al grande pubblico: si assiste dunque alla nascita di band che scelgono di proporsi con questo stile spinti dal desiderio di farsi ascoltare. In quest'ottica, trovano spiegazione tutti i casi di abbandono e rinnegazione del filone da parte di artisti che, in un primo momento, ne avevano fatto parte.

Il *visual kei* si presenta dunque come un fenomeno che non ha una radice precisa, ma che combina e fonde al suo interno elementi provenienti da svariate tradizioni sia occidentali che giapponesi, sia musicali che non. Come afferma Ichikawa in *Nihonjin ga yōgaku konpurekkusu kara yōyaku kaihō sareta, rekishitekina shunkan*, il Giappone, Paese insulare a rimasto a lungo chiuso a ogni tipo di rapporto con l'occidente, era privo di una base musicale simile a quella prodotta e consumata al di là dell'oceano, in particolare il rock: questo permise di calare da zero nel contesto giapponese i vari sound e stili proposti dagli artisti stranieri, mischiandoli e rielaborandoli.

2.2 DA FENOMENO UNDERGROUND A BOOM: LO SVILUPPO DEL VISUAL KEI

Il *visual kei*, come la maggior parte dei movimenti musicali riconducibili alla sfera del rock, in particolare quelli caratterizzati da un'estetica e da un sound molto aggressivi, è nato come un movimento underground: le case discografiche e i media erano molto critici nei confronti di queste band, incompatibili con i gusti del grande pubblico a causa del loro spirito eccessivamente trasgressivo.⁹⁹ In un primo momento, la loro attività si limita dunque a esibizioni in piccole live house di capienza media di meno di duecento posti, che solo raramente venivano riempiti visto l'esiguo numero dei fan. Ciò nonostante, negli anni Novanta si assistette a un vero e proprio boom del *visual kei*, che riuscì a conquistare un vasto pubblico non solo a livello nazionale, ma anche internazionale, con artisti che tutt'ora sono considerati come rappresentativi della musica giapponese. Un ruolo importantissimo in questa corsa al successo fu giocato da due case discografiche, la Free-Will fondata nel 1986 da DYNAMITE TOMMY,¹⁰⁰ cantante dei COLOR, e

⁹⁸ TSUDA, *Subete no hajimari*, cit., pp. 10-24.

⁹⁹ INOUE, "Constructing Male Aesthetics..." , cit., p. 196; INOUE, "Kakuchō sareta..." , cit., p. 115; TSUDA, *Subete no hajimari*, cit., pp. 10-24.

¹⁰⁰ Tomioka Hiroshi, vocalist e fondatore della band COLOR; nonché proprietario della casa discografica indipendente Free-Will.

soprattutto la EXTASY RECORDS, fondata nello stesso anno da YOSHIKI, leader degli X. Queste aziende sono nate come etichette indipendenti con lo scopo di produrre la band del rispettivo fondatore, in modo da reagire ai secchi e continui rifiuti da parte delle grandi case discografiche che non accettavano il sound e il look di questi nuovi artisti. Successivamente, l'attività della Free-Will e della EXTASY RECORDS si allargò alla produzione di altre band indie, raccogliendo sotto di sé i maggiori gruppi *visual kei* rispettivamente della regione del Kansai e del Kantō.¹⁰¹

2.2.1 Il boom degli anni Novanta

Il primo boom del fenomeno, fu dominato dagli artisti del Kantō, in particolare dagli X, che oltre ad avere il primato della fondazione del *visual kei*, che dal momento della sua definizione ha fissato in questa band il proprio punto di partenza, nel corso della loro carriera continuarono a stabilire nuovi record per quanto riguarda la musica rock in Giappone. Già prima del suo debutto sotto major, questo gruppo riuscì a ottenere un numero di fan tale da consentirgli non solo di stabilire un primato per quanto riguarda il numero di spettatori a dei concerti indie, ma anche di vendere diecimila copie del primo album, *Vanishing Vision* (aprile 1988), nella prima settimana, un record per questo tipo di band, balzando in testa alla classifica dedicata alle band indipendenti. Inoltre, per la prima volta nella storia della musica giapponese, un album non prodotto da una casa discografica major riuscì a entrare nella classifica *Oricon*.¹⁰² Questo fu possibile anche grazie alla produzione di YOSHIKI, che con la sua casa discografica mise in piedi delle campagne promozionali molto imponenti servendosi di tutti i media, dalla televisione alla radio, passando per giornali e riviste, che ben poco avevano a che vedere con quanto offrivano le etichette indie del tempo. Proprio a causa dell'abisso nella strategia pubblicitaria rispetto a quella destinata dalle case discografiche agli altri gruppi rock del periodo,¹⁰³ gli X si procurarono dunque il soprannome di "band ricca".¹⁰⁴ In modo particolare è

¹⁰¹ YAMAGUCHI, "Vijuaru kei kenkyū...", cit., p. 91.

¹⁰² Le classifiche Oricon sono le più autorevoli del Giappone. Si dividono per categoria di prodotto (singolo, album, DVD, ecc.) e prevedono la compilazione di una ranking giornaliera, settimanale e annuale. "X' to iu na ni kometa michi no 'kanōsei' ga kaika shita bando seichōki no densetsu no kazukazu" (Le innumerevoli leggende del periodo di crescita della band in cui sono fiorite le sconosciute 'potenzialità' racchiuse nel nome 'X'), *Ongakushi ga kakanai Jpopu hihyō*, vol. 27, 28 Luglio 2003, pp. 25-27; KATŌ Ayako, "Nihonjin ātīsuto no kaigai tenkai ni kansuru kōsatsu" (Riflessione riguardo all'espansione all'estero degli artisti giapponesi), *Tōkyō daigaku daigakuin jōhō gakkai kiyō jōhō gaku kenkyū*, vol.77, settembre 2009, pp.77-94.

¹⁰³ MORIGAWA, "Vijuaru kei no keifu...", cit., pp. 83-85.

¹⁰⁴ Questo soprannome, che dilagava tra i fan e gli stessi artisti del *japameta*, in realtà tradisce la situazione reale della band, i cui membri erano condannati ad accontentarsi di lavori part time di basso livello a causa del loro aspetto. Tuttavia, YOSHIKI puntò molto non solo sulla pubblicità attraverso i media, ma anche sulla produzione di videocassette e gadget da distribuire durante i concerti, realizzabili grazie alla collaborazione e al sacrificio di tutti i membri. SAWADA Taiji, *Densetsu no bando "X" no sei to shi* (Nascita e morte della leggendaria band X), Tokuma

interessante notare come gli X abbiano accettato spesso di apparire in programmi televisivi di vario tipo già a partire dal 1986, quindi prima del loro debutto nel grande mercato della musica. Nonostante in quel periodo stesse prendendo piede il band boom, e band rock e heavy metal cominciassero ad apparire in programmi dedicati, il fenomeno era limitato alle trasmissioni di carattere musicale, in quanto era ancora radicato negli artisti lo stereotipo che vedeva la televisione come un sinonimo di consumismo, contrario allo spirito del rock: infatti, gli X furono oggetto di feroci critiche da parte di molti gruppi che condannarono loro atteggiamento di apertura verso questo medium.¹⁰⁵ In modo particolare, è celebre la collaborazione di YOSHIKI e del vocalist TOSHI al progetto *Hebi meta undōkai* ヘビメタ運動会 (Competizione sportiva heavy metal) del programma televisivo *Tensai! Takeshi no genki ga deru terebi* 天才! たけしの元気が出るテレビ (Geniale! La TV di Takeshi che fa star bene) nel luglio del 1986, quando la formazione della band non era ancora al completo: come afferma l'autrice di "X" *to iu na ni kometa michi no "kanōsei" ga kaika shita bando seichōki no densetsu no kazukazu*, "hanno avuto il demerito di farsi trattare come veri e propri buffoni, ma d'altra parte hanno ottenuto il risultato positivo di diffondere il riconoscimento del genere musicale heavy metal e del suo look aggressivo anche da parte del pubblico generico, che non conosceva il rock",¹⁰⁶ allargando considerevolmente il numero dei loro fan. La predilezione per la televisione dimostrata dagli X trova facile spiegazione nel concetto base che muove il *visual kei*, cioè l'impatto visivo: questo media infatti era il più idoneo a far entrare nelle case giapponesi non solo la loro musica, ma anche il look che così tanto pesava nella loro concezione di band. Nonostante le polemiche all'interno della scena heavy metal dell'epoca, gli X non cambiarono la loro politica nei confronti del piccolo schermo, continuando a comparire in programmi di varietà, oltre che musicali, senza però cedere al processo consumistico che era tanto temuto dagli artisti: nonostante le frequenti apparizioni televisive e il debutto sotto major, non cercarono mai il successo facile con musica commerciale e di bassa qualità, e al contrario fecero parlare di sé proprio per l'alto livello tecnico e artistico dei loro album e per le lunghissime tempistiche di preparazione.¹⁰⁷ Questo equilibrio che permise agli X di mantenere i propri valori musicali e al contempo attirare una cerchia di fan enorme tramite l'apparizione nei media, sconfisse la mentalità generale che vedeva il rock come una tipologia di musica incompatibile con la promozione televisiva: già nel 1992 le band, in particolare quelle *visual kei* per le esigenze precedentemente esposte, presero a sfruttare a pieno le potenzialità di questo media, seguendo

shoten, Tōkyō, 2000, pp. 85-87.

¹⁰⁵ INOUE, "Construction the Male Aesthetics...", cit., p. 196; INOUE, "Kakuchō sareta...", cit., p. 116.

¹⁰⁶ "'X' to iu na ni kometa...", cit., p. 26.

¹⁰⁷ INOUE, "Kakuchō sareta...", cit., p. 118.

l'esempio di una delle band di maggiore successo del Giappone degli anni Novanta.

L'inaspettato exploit di *Vanishing Vision* fece sì che le grandi case discografiche major non potessero più ignorare una band con questo potenziale, e gli X ottennero un contratto sotto la CBS Sony (ora Sony Records) nell'agosto del 1988. Essendo considerati la prima band *visual kei*, sono stati evidentemente i primi di questo movimento a raggiungere il traguardo del contratto major, ma stabiliscono anche un record rispetto alle band *keshō kei*, tra le quali erano ancora categorizzati¹⁰⁸: all'epoca gli artisti appartenenti a quel filone e a quello del *kamitate kei* che dovevano il loro debutto alle grandi case discografiche erano pochissimi. Fra gli esempi più celebri figuravano NOVELA (1980), BUCK TICK (1987)¹⁰⁹ e DEAD END (1988); anche questi comunque non riuscirono ad attirare l'attenzione di una etichetta delle dimensioni e dell'importanza della CBS Sony. Già dai tempi in cui era il leader di quella che all'apparenza era una delle tante band amatoriali degli anni Ottanta, YOSHIKI era solito affermare che “gli X cambieranno le major”, e così fu: non solo non accettarono compromessi riguardo al rinnovamento della loro immagine e delle loro inclinazioni musicali per seguire un piano aziendale costruito a tavolino, ma rifiutarono anche il modello consumistico che caratterizzava il sistema di business della casa discografica, che puntava su numeri consistenti di realizzazioni annuali e su produzioni veloci. Optarono invece per un sistema di management quasi totalmente indipendente formato da un reparto dedicato esclusivamente alle attività della band, in cui l'opinione dei membri, in particolare del leader, aveva un grandissimo peso.¹¹⁰ Da una parte, dimostrarono dunque a tutti gli artisti rock, all'epoca ancora diffidenti nei confronti delle grandi case discografiche, che era possibile non cadere nella spirale del consumismo pur essendo in attività sotto major; dall'altra continuarono a stabilire dei record riguardo al numero di vendite dei loro dischi e delle presenze ai loro concerti: è il primo boom del *visual kei*. I loro album, singoli e live prendono ad apparire sempre tra le prime posizioni nelle classifiche della *Oricon*, e i concerti, rispecchiando il crescente numero di fan, si spostano verso arene sempre più grandi, arrivando ben presto a un altro record per una band *keshō kei*: il primo concerto al Nippon Budōkan 日本武道館,¹¹¹ nell'aprile del 1990. Un anno e mezzo dopo, neanche il Budōkan basta a contenere i fan dei fondatori del neonato movimento del *visual kei*, e gli X segnano un altro successo a cui nessun altro gruppo rock giapponese, con o senza trucco che fosse,

¹⁰⁸ Come affermato da Hoshiko Seichi, prima della coniazione dei termini *visual rock* e *visual kei*, questa band veniva ricondotta al filone *keshō kei*. *Necchū sutajiamu*, puntata del 13 febbraio 2012.

¹⁰⁹ Band fondata nel 1985 a Nagasaki, il cui debutto sotto major è avvenuto nel 1987. I BUCK TICK si distinguono per una gamma molto vasta di temi, suoni e estetiche proposte.

¹¹⁰ HASEGAWA Yukinobu, “Zendai mimon, mata zendai mimon! YOSHIKI to X ga nashitogeta ongakukai no kōzō kaikaku” (Senza precedenti, e ancora senza precedenti! La rivoluzione del mondo musicale compiuta da YOSHIKI e dagli X), *Ongakushi ga kakanai Jpopu hihyō*, vol. 27, 28 Luglio 2003, pp. 28-29.

¹¹¹ Situato a Tōkyō, il Nippon Budōkan è uno stadio di arti marziali costruito in occasione delle Olimpiadi del 1964. Ospita molti concerti, specialmente di musica rock, e la sua capienza è di circa 14.200 spettatori.

era arrivato: tre date consecutive del loro concerto *Hametsu ni mukatte* 破滅に向かって (Andando verso la rovina) al Tōkyō Dome 東京ドーム¹¹² dal 5 al 7 gennaio del 1992, con un totale di circa 150.000 spettatori: se si considera che il Dome è stato inaugurato solo cinque anni prima, si può pensare che questo record non sia poi così significativo, ma è necessario ricordare che è stato battuto solamente nell'agosto del 2008, quindi quindici anni dopo, con quattro giornate del tour del gruppo di *idol* KAT-TUN. La presa del Tōkyō Dome da parte di questa band non fu un caso sporadico sulla scia del successo del loro album *Jealousy* (luglio 1991), primo nella classifica *Oricon*, ma continuarono a tenervi almeno un concerto all'anno fino al loro scioglimento nel 1997. Inoltre, il 31 dicembre del 1991, gli X entrarono nella storia come il primo gruppo rock a partecipare al programma televisivo musicale *Kōhaku uta gassen* 紅白歌合戦 (Competizione di canzoni rosse e bianche),¹¹³ trasmesso annualmente dalla emittente NHK alla vigilia di capodanno, la partecipazione al quale è ristretta agli artisti più importanti dell'anno appena trascorso. Grazie all'apparizione in questa prestigiosa trasmissione, gli X ebbero l'occasione non solo di entrare nelle case di moltissimi giapponesi, ma soprattutto di ottenere un riconoscimento della loro qualità di artisti, diventando la band simbolo della musica rock giapponese.¹¹⁴ Quella del 1991 fu solo la prima di una serie di apparizioni al *Kōhaku uta gassen*, in quanto la band fu invitata a parteciparvi ad ogni edizione fino al 1997, anno dello scioglimento del gruppo. Dopo il rifiuto opposto dalla CBS Sony al rinnovo del contratto a causa dei tempi troppo lunghi di produzione dell'album *Jealousy* e l'abbandono del bassista TAJI,¹¹⁵ la band, rinominata X JAPAN, arrivò a ottenere un contratto con una casa discografica statunitense, la Atlantic Records, e ad annunciare il debutto internazionale nell'agosto 1992, senza però dare effettivamente inizio ad alcun tipo di attività oltreoceano.¹¹⁶

La EXTASY RECORDS, che fino al debutto degli X sotto la CBS Sony era esistita quasi esclusivamente come supporto al gruppo di YOSHIKI, estese la sua attività alla produzione a livello indie di varie band *visual kei* come ZI:KILL,¹¹⁷ LADIES ROOM,¹¹⁸ TŌKYŌ YANKEES,¹¹⁹

¹¹² Stadio di baseball situato nel centro di Tōkyō con una capienza di 55.000 posti, inaugurato nel maggio del 1988.

¹¹³ Il titolo del programma è un riferimento alla sua struttura, che vede l'esibizione di due squadre: la rossa, che raccoglie artisti e gruppi femminili, e la bianca, controparte maschile.

¹¹⁴ INOUE, "Kakuchō sareta...", cit., pp. 118-119.

¹¹⁵ Pseudonimo di Sawada Taiji (1965-2011), famoso per essere stato il bassista degli X e dei LOUDNESS.

¹¹⁶ INOUE, "Kakuchō sareta...", cit., p. 119; NARAKU Ikki, "Kiki wo norikoe, sara naru hishō wo mezasu bando ni otte ita hametsu e no ashioto" (Il rumore dei passi verso la catastrofe perseguita dalla band che ha superato il pericolo e ha ambito a un ulteriore volo), *Ongakushi ga kakanai Jpoppu hihyō*, vol. 52, 18 Aprile 2008, p. 75; KATŌ, "Nihonjin ātisuto no...", cit., p. 85.

¹¹⁷ Band attiva dal 1987 al 1994. Caratterizzati da un sound tra il punk e lo hard rock, e l'estetica tipica della primissima fase del *visual kei*, sono uno dei gruppi più conosciuti del filone.

¹¹⁸ Altra famosa band *visual kei* lanciata dalla EXTASY RECORDS. Formatisi nel 1989, i LADIES ROOM si sono sciolti nel 1996, ma nel 2001 hanno riaperto l'attività e sono ancora presenti sul mercato rock giapponese.

¹¹⁹ I TOKYO YANKEES sono una band formata nel 1988 e attiva fino al 1995. Presenta un sound molto forte, quasi

LUNA SEA e, successivamente, GLAY: il cosiddetto *EXTASY Gundan* (Esercito EXTASY) che avrebbe guidato poi la scena *visual kei* degli anni Novanta.¹²⁰ L'importanza di questa casa discografica e degli artisti che vi appartengono è evidente se si considera che delle tre grandi band *visual kei* post-X che hanno dominato la scena musicale di quella decade, LUNA SEA, GLAY e L'Arc~en~Ciel, due sono state scoperte e prodotte dalla EXTASY, senza contare che il batterista dell'unica band esterna a questa etichetta discografica, Yukihiro,¹²¹ era precedentemente membro degli ZI:KILL.¹²² Per definire il ruolo senza eguali che la EXTASY RECORDS ha giocato nella prima fase del fenomeno, si possono usare le parole di Morigawa Takuo, che in *Vijuaru rokku no keifu*, afferma che questa etichetta si può considerare come “la base di una tipologia di movimento rock che si è diffuso come un fuoco appiccato a un campo, il *visual kei*”.¹²³ Il successo di questa casa discografica è dovuto non solo all'indiscutibile talento del suo fondatore nel selezionare gli artisti più promettenti, ma anche alle sue sapienti strategie di marketing e di produzione, che ricalcano quelle che hanno portato al successo gli X. Nella diffusione della notorietà di queste band, un ruolo particolarmente importante fu giocato dalla serie di tour nazionali chiamati EXTASY SUMMIT, a cui prendevano parte tutti i gruppi che appartenevano a questa etichetta, compresi i loro fondatori: la fama in continua crescita degli X attirò a questi eventi un numero sempre maggiore di persone, consentendo così di ampliare il *fan base* delle nuove e promettenti band emergenti. Tenutisi tra il 1988 e il 1992, questi eventi andarono via via ingrandendosi, rispecchiando la scalata al successo degli X e il crescente seguito dei gruppi sotto la EXTASY RECORDS, fino ad arrivare a fare il tutto esaurito al Nippon Budōkan nel 1991 e ripetere il successo l'anno seguente in due performance, una al Budōkan e una allo Ōsaka Jō Hall 大阪城ホール:¹²⁴ arene che superano i diecimila posti di capienza ciascuna, numeri che sarebbero stati impensabili per una band indie, ma non per quelle appartenenti alla EXTASY.¹²⁵

Tutti gli artisti in attività sotto questa etichetta acquisirono dunque fama e successo all'interno del movimento del *visual kei*, ma in modo particolare emersero i LUNA SEA, che nel giro di pochissimi anni sarebbero diventati l'unica band con un successo tale da tener testa agli X. Fondati

uno slash metal, e l'estetica dei suoi membri è sempre stata più moderata rispetto a quanto mostrato dalle altre band *visual kei*: secondo il sistema di sottogeneri attualmente riconosciuti, potrebbe essere categorizzata come un *Nagoya kei*. Dopo la riunione del 2000, sono ancora attivi.

¹²⁰ INOUE, “Constructing Male Aesthetic...”, cit., p. 211; INOUE, “Kakuchō saret...”, cit., p. 117.

¹²¹ Awaji Yukihiro (1968-).

¹²² INOUE, “Kakuchō saret...”, cit., p. 117.

¹²³ MORIGAWA, “Vijuaru kei no keifu...”, cit. pp. 49-50.

¹²⁴ La Ōsaka Jō Hall è una arena da circa 16.000 posti, situata nel centro dell'omonima città.

¹²⁵ “<‘Muteki’ to kaite 'EXTASY' to yomu> ekusutajī rekōdo ga nihon no rokku shīn to YOSHIKI ni motarashita mono” (“Si scrive 'insuperabile' e si legge 'EXTASY'” Quello che la EXTASY RECORDS ha portato nella scena rock giapponese e in YOSHIKI), *Ongakushi ga kakanai Jpopu hihyō*, vol. 27, 28 Luglio 2003, pp. 49-51.

nella prefettura di Kanagawa dal chitarrista INORAN¹²⁶ nel 1989, entrarono nella EXTASY RECORDS nel 1991 e debuttarono sotto la major MCA Records (ora Universal Music KK) con l'album *Image*, nel maggio del 1992, portando a termine nello stesso anno un tour di successo che riempì le arene dello Ōsaka Jō Hall e del Budōkan. La band arrivò dunque a conquistare il successo a livello nazionale a soli tre anni dalla sua formazione, segnando un record assoluto nel *visual kei* per quanto riguarda la velocità nella scalata al successo.¹²⁷ Pur essendo rimasti sempre un passo indietro rispetto ai loro produttori, come del resto tutte le band del momento, i LUNA SEA ottennero un successo considerevole che li portò al Tōkyō Dome il 23 dicembre del 1995 e sul palco del loro primo *Kōhaku uta gassen* nel 1998. Questa band entrò inoltre nella storia del *visual kei* come la prima band a esibirsi all'estero, grazie al loro *LUNA SEA FIRST ASIAN TOUR 1999*, suggerendo quanto la fama che questo movimento stava acquisendo in Giappone si fosse poi estesa anche ai paesi asiatici limitrofi.¹²⁸ Uno dei meriti più grandi che vengono riconosciuti a questo gruppo è stato quello di essersi staccati, subito dopo il debutto, dallo spirito trasgressivo che animava i concerti degli X e lo EXTASY SUMMIT, caratterizzati da comportamenti riconducibili alle performance punk come urla, gestacci e la distruzione degli strumenti utilizzati,¹²⁹ per ripiegare su live più armonici e costellati di gesti teatrali, in cui raramente si riscontrano atteggiamenti eccessivi: è questa la tipologia di esibizione che prenderà presto il posto di quella proposta dai gruppi precedenti, diventando caratteristica della maggior parte delle band del movimento *visual kei*.¹³⁰ Secondo Morigawa, si può dunque affermare che, rispetto agli X, questo gruppo ebbe il merito di trasformare il *visual kei* in un movimento più facilmente comprensibile e apprezzabile a un pubblico più ampio: il successo indubbio della band di YOSHIKI ha giocato un ruolo fondamentale nello sviluppo del fenomeno, dimostrando che anche degli artisti che si esprimevano tramite un look e una musicalità molto violenti e aggressivi non erano da meno rispetto ad altri, ma sarebbe stato difficile arrivare ad un boom senza passare per il compromesso proposto dai LUNA SEA.

Sulla scia di questi grandi successi sia degli X, sia delle band dello *EXTASY Gundam*, le case discografiche major giapponesi cominciarono finalmente a guardare al *visual kei* come a un nuovo filone artistico a cui attingere, e si assistette a un'impennata dei debutti sotto major a partire dal 1994, per arrivare a un boom nel 1998:¹³¹ grazie alle continue apparizioni televisive di X e LUNA SEA, questo genere aveva ormai acquisito una base stabile di fan non più ignorabile dall'industria

¹²⁶ Nome d'arte di Inoue Kiyonobu (1970-), famoso chitarrista dei LUNA SEA e, al contempo, artista solista.

¹²⁷ MORIGAWA, "Vijuaru kei no keifu..." , cit., p. 93.

¹²⁸ PFEIFLE, "Exposing the underground..." , cit., p. 78.

¹²⁹ INOUE, "Kakuchō sareta..." , cit., p. 116; MORIGAWA, "Vijuaru kei no keifu..." , cit., pp. 93-95.

¹³⁰ KASHIWAGI, "Poppu karuchā to shite..." , cit., p.92; MORIGAWA, "Vijuaru kei no keifu..." , cit., pp. 93-95

¹³¹ KASHIWAGI, "Poppu karuchā to shite..." , cit., p. 93.

musicale, che cominciò dunque a rispondere alla crescente domanda di band appartenenti a questo filone. Già dalla metà degli anni Novanta, le prospettive per gli artisti appartenenti a questo filone si avvicinarono a quelle di musicisti di altri generi, grazie a quello che Morigawa definisce come un “cambio di direzione all'interno del mercato musicale del nostro Paese, dagli *idol* pop al rock”¹³². Oltre alla crescente attenzione dei media generalistici verso il *visual kei*, a *SHOXX*, il primo mensile specializzato sul genere, fondato nel 1991, si affiancarono presto moltissime altre riviste dedicate a questo fenomeno, come la famosissima *Fool's Mate* che, fondata nel 1977 come rivista sul rock nazionale e non, nei primi anni Novanta si specializzò, dedicandosi esclusivamente ad artisti appartenenti a questo filone. A seguito di questo boom, si arrivò all'inaugurazione di alcuni piccoli negozi specializzati nella rivendita di musica e gadget di artisti *visual kei*, come lo storico Like an Edison, fondato nel 1993 a Shinjuku e tutt'ora un punto di riferimento non solo per tutti i fan di questo genere, ma anche per gli artisti stessi, che vi ricorrono per le campagne promozionali in occasione delle loro nuove uscite;¹³³ ricordiamo anche il LEMONeD Shop di Harajuku (1996) di HIDE, che raccoglieva al suo interno oltre ai CD e ai gadget incentrati principalmente sulla sua attività solista, anche abbigliamento e accessori. Sulla scia del LEMONeD Shop, altri musicisti e designer lanciarono dei brand ispirati alla moda *visual kei*, come *Moi-même-Moitié* (1999) di MANA e *h.Naoto* (1999) dello stilista Hirooka Naoto, a testimoniare quanto questo movimento entusiasmasse una parte rilevante del pubblico giovanile giapponese.

È in questo contesto di grande prosperità del *visual kei* che, nel 1994, fecero il loro debutto sotto major i GLAY e i L'Arc~en~Ciel, quelle che, insieme a X e LUNA SEA, vengono considerate come due delle grandi band che hanno segnato il boom del genere, e che entro la fine del decennio furono in grado di registrare vendite di album e numeri di spettatori ai loro live accostabili a quelli delle due precedenti band: solo per citare due esempi, i L'Arc~en~Ciel tennero il loro primo concerto al Tōkyō Dome nel 1997, mentre i GLAY ebbero 20.000 spettatori al loro concerto *Glays expo '99* al Makuhari Messe 幕張メッセ nel 1999. Entrambe le band nascono con caratteristiche estetiche e stilistiche tranquillamente assimilabili al movimento del *visual kei*, tanto che apparve normale collocarle all'interno di questo filone. Tuttavia, sia i GLAY che i L'Arc~en~Ciel optarono per un distanziamento da questa etichetta, cambiando la loro immagine e tracciando una linea di confine tra se stessi e il movimento all'interno del quale erano stati classificati, arrivando a negare con forza qualsiasi legame a esso, come visto nel precedente capitolo: il loro successo è stato dunque preparato servendosi dello stile *visual kei*, ma è stato conseguito soprattutto a seguito di un

¹³² MORIGAWA, “Vijuaru kei no keifu...”, cit. p. 86.

¹³³ NAITŌ Takahiro, “Bangya de sushizume, bijuaru kei no seichi” (Il luogo sacro del visual kei, gremito di fan delle band), *Shūkan tōyō keizai*, 18 aprile 2009, pp. 148-149; JOHNATHON, “Kibatsuna keshō...”, cit., p. 132

cambiamento di rotta che li portò ad attirare il pubblico, puntando sull'originalità e sulle loro inclinazioni personali, che crearono un gap rispetto alle caratteristiche del movimento originale. Come afferma Pfeifle, è difficile per una band rinnegare l'etichetta di gruppo *visual kei*, in quanto tendenzialmente simili band vengono ricordate e classificate sotto il movimento da cui la loro attività è partita: questi artisti figurano tra i pochi che sono riusciti a liberarsene.¹³⁴

Tuttavia, nonostante il rifiuto dell'etichetta di *visual kei* da parte di queste due grandissime band, il movimento non si eclissa, anzi, si allarga a comprendere nuovi gruppi emergenti. Morigawa Takuo arriva ad affermare:

Mentre si assiste alla “trasformazione del *visual kei* – lo scioglimento e la sospensione delle attività da parte delle band della prima generazione, e l'uscita dal filone di quelle della seconda”, i media, da programmi televisivi come *Break out* a riviste specializzate come *SHOXX*, *Fool's Mate* e *Arena 37°C*, hanno cominciato a richiedere un'espansione del movimento. Questi media erano strettamente collegati alle case discografiche che avevano investito sulla scommessa del *visual kei*, e spesso erano stati fondati proprio da queste etichette, per la promozione dei nuovi artisti.

In questo contesto, appare quella che si potrebbe chiamare terza generazione di *visual kei*. Si cominciò a presentare come *visual kei* non solo i La'crima Christi dalla linea melodica chiara e dalle canzoni semplici, i FANATIC□CRISIS che si erano guadagnati la popolarità tramite un sound pop e il loro senso estetico costruito sul largo uso del tessuto a scacchi, i ROUAGE e i Laputa che rappresentano il mainstream del *visual kei* di prossima venuta, e i veterani PENICILLIN famosi per il loro sound unico e veloce; ma anche band come i SHAZNA che erano conosciuti per l'androginità dell'affascinante IZAM, spesso scambiato per una donna, e per il loro sound electro pop. Si aveva l'impressione che se non vi si fosse apposta l'etichetta di *visual kei*, non sarebbero riusciti a vendere.

Perfino artisti che non hanno mai mostrato il loro volto e che hanno continuato a svolgere la loro attività indipendentemente come i teatrali MALICE MIZER firmarono un contratto con una major. Si inaugura dunque un'era in cui nell'industria musicale in cui band che si proclamano e che vengono proclamate come *visual kei* si confondono in una corsa alla pubblicazione di singoli considerevoli, album e video.¹³⁵

Da queste parole si intuisce facilmente il motivo della varietà di stili e sound creatasi all'interno del *visual kei*, che fino a quando era gestito quasi esclusivamente dalla EXTASY RECORDS aveva mantenuto delle peculiarità abbastanza definite. Il *visual kei* originale andava scomparendo: gli artisti storici, i *senpai* a cui tutti guardavano con ammirazione come fonte di

¹³⁴ PFEIFLE, “Exposing the underground...”, cit.

¹³⁵ MORIGAWA, “Vijuaru kei no keifu...”, cit., pp. 99-100.

ispirazione artistica, abbandonarono gradualmente l'immagine e l'estetica forte che li aveva caratterizzati già a partire dal 1995.¹³⁶ Come se ciò non bastasse, nel 1997 gli X annunciarono il loro scioglimento a causa del desiderio espresso dal cantante TOSHI di concentrarsi sulla sua carriera solista. La precoce e improvvisa morte di HIDE l'anno successivo, il 2 maggio 1998, fece svanire le speranze di fan e musicisti che sognavano un loro imminente ritorno, gettando un'ombra sul *visual kei*. I funerali di questo amatissimo artista, che lasciava incompiuta una carriera solista notevole intrapresa già nel 1993 in contemporanea con le attività degli X, videro centomila fan a formare una fila di un chilometro e mezzo per dare un ultimo saluto al chitarrista della band divenuta ormai leggenda, dimostrando quanto fosse esteso il *fandom* del *visual kei*.¹³⁷ Tuttavia questo non fu sufficiente a compensare il senso di disillusione dovuto al progressivo abbandono del look *visual kei* da parte di queste grandi band e al loro scioglimento, e il movimento si indebolì pericolosamente, tanto che nel titolo dell'articolo riguardante la morte di HIDE pubblicato nel sito del *New York Times* il 18 giugno 1998, si azzarda un "End of a Life, End of an Era".¹³⁸ In questo contesto, case discografiche e media che hanno incentrato la loro intera attività su questo fenomeno vedono messa in discussione la propria stessa esistenza e chiedono dunque a gran voce un rinnovamento all'interno del *visual kei*. Rispondendo a questa esigenza vitale per i media, si fecero rientrare nel filone una serie di band che tuttavia non presentano i caratteri tipici del fenomeno originale, per quanto il loro impatto visivo possa essere più o meno forte. Questo passaggio storico ha da una parte salvato il *visual kei* da un'estinzione imminente, dall'altra ha allargato eccessivamente i parametri di categorizzazione all'interno di questo fenomeno, rendendone estremamente difficile definirne i contorni. Tuttavia, il salvataggio di questo movimento non fu sufficiente a mantenerne il boom nel *mainstream*. Infatti, il già citato episodio che vede i L'Arc~en~Ciel lasciare il palco del programma musicale *Pop Jam* della NHK nel 1999 e l'abbandono dei MALICE MIZER da parte del loro cantante Gackt che, intraprendendo la carriera solista a volto scoperto,¹³⁹ si lasciò trascinare nel vortice dello show business, avvicinando la sua immagine a quella dei tanti personaggi televisivi tutto fare, fecero sì che l'immagine del *visual kei* apparisse rovinata agli occhi dei fan. Come se questo non bastasse, nel 2000 anche i LUNA SEA decisero di terminare la loro attività per favorire le carriere soliste dei membri, facendo perdere al

¹³⁶ INOUE, "Kakuchō saretā..." , cit..

¹³⁷ INOUE, "Constructing Male Aesthetics..." , cit., p. 198; *Shūkan josei kinkyū zōkan gō*, 20 giugno 1998.

¹³⁸ STRAUSS, Neil, "THE POP LIFE; End of a Life, End of an Era", *The New York Times*, 18 giugno 1998; <http://www.nytimes.com/1998/06/18/arts/the-pop-life-end-of-a-life-end-of-an-era.htm> (data ultimo accesso: 5 dicembre 2012).

¹³⁹ La band di MANA ha sempre fatto parlare di se per l'atteggiamento particolare e il mistero che avvolge i suoi membri: le generalità non sono mai state comunicate ufficialmente, e gli artisti non si sono mai mostrati senza trucco. La carriera solista di Gackt, caratterizzata da un make up molto naturale, è stata dunque interpretata come un tradimento da parte di molti fan della band.

movimento uno dei pochi punti di riferimento rimastogli: alle soglie del nuovo millennio, il boom del *visual kei* è dunque tramontato, riportando il movimento al livello di un fenomeno underground.

2.2.2 Una fase di transizione: il ritorno all'underground

L'idea che il *visual kei* fosse “solo look e niente sostanza”¹⁴⁰ cominciò a prendere forma nell'opinione pubblica verso la fine degli anni Novanta, e contribuirono ad amplificarla notevolmente il comportamento dei L'Arc~en~Ciel in quello che è stato definito il *Pop Jam jiken* Pop Jam 事件 (l'incidente del Pop Jam), lo spirito fortemente commerciale che caratterizzò la carriera solista di Gackt, e, in misura minore, la collocazione da parte dei media e della critica in questo movimento di band che portarono alla perdita di quello che era considerato dai fan come lo spirito iniziale del fenomeno: secondo Kashiwagi, in questa fase si passò da una corrente musicale caratterizzata da una forte trasgressività e uno spirito simile a quello del punk inglese e della cultura yankee, a uno facilmente associabile a una non meglio definita sottocultura *otaku*.¹⁴¹ L'essere associati al movimento del *visual kei* divenne quasi una forma di discriminazione rispetto alle altre band in quanto, avendo assunto una connotazione negativa nei discorsi dominanti sui generi musicali, sottintendeva che il look era l'unica cosa di cui queste band potevano vantarsi, a differenza degli elogi alle qualità musicali di altri generi. Se da una parte questo fatto ha portato inevitabilmente al tramonto del boom che aveva animato la decade precedente inducendo molti artisti, come i Janne Da Arc, a seguire l'esempio dato da L'Arc~en~Ciel e GLAY, abbandonando così il look caratteristico del movimento, dall'altra ha acceso gli spiriti di una parte di musicisti, fortemente convinti della validità artistica di questo movimento che combina musicalità ed estetica: il movimento non si è dunque estinto, a differenza di quanto poteva sembrare a uno sguardo superficiale, ma si è nascosto all'interno della scena rock underground del Paese, covando un forte desiderio di riscatto nei nuovi e giovani esponenti che, qualche anno più tardi, avrebbero portato di nuovo alla ribalta il *visual kei*. In questa seconda categoria, sono degni di nota i PIERROT, band formatasi a Nagano nel 1995 e attiva fino al 2006. In particolare, è significativa la loro apparizione come unica band giapponese all'evento *Beauty monsters tour* tenutosi alle pendici del monte Fuji nell'estate del 1999, a cui parteciparono artisti internazionali del calibro di Marilyn Manson. In quest'occasione, si presentarono provocando il pubblico accorso: “Fan della musica occidentale (*yogaku fan* 洋楽ファン) qui riuniti, siamo i PIERROT, del *visual kei* giapponese che voi tanto

¹⁴⁰ KASHIWAGI, “Poppu karuchā to shite...” , cit., p. 91; YAMAGUCHI, “Vijuaru kei kenkyū...” , cit., p. 93.

¹⁴¹ KASHIWAGI, “Poppu karuchā to shite...” , cit., p. 91.

odiate”, proseguendo poi con uno “state tutti cercando di compiacere gli stranieri eh? La vostra nazionalità qual è?”.¹⁴² Queste pesanti affermazioni non solo danno sfogo alla frustrazione di un movimento che non riesce a trovare lo spazio per esprimersi in un Paese non più disposto ad ascoltarlo, ma possono essere lette anche come una rivendicazione del ruolo che il *visual kei* ha giocato nel mondo della musica giapponese: l'unico movimento rock autoctono che presenti caratteri distintivi tali da motivarne la netta separazione rispetto alla corrente occidentale da cui trae le sue origini. In questo momento così difficile per il genere, sono pochissime le occasioni per notare dei piccoli successi di artisti *visual*, che possono essere ricondotti a due: i Dir en Grey e 雅 —MIYAVI. I Dir en Grey, formati a Ōsaka nel 1995, hanno iniziato la loro carriera come band amatoriale, guadagnandosi quattro anni dopo l'attenzione di YOSHIKI ed entrando nella EXTASY RECORDS, sotto la quale pubblicarono degli album e singoli di successo che li portarono a esibirsi al Nippon Budōkan e allo Ōsaka Jō Hall. Nonostante fossero caratterizzati da un look macabro e un sound molto aggressivo, i loro primi due singoli, *Jealousy* (1998) e *-I'll-* (1998), entrarono nella top ten della classifica *Oricon* e il gruppo ottenne di partecipare al programma televisivo della Asahi TV *Music Station* per tre volte e al *Pop Jam* della NHK per due volte, grazie al sesto posto del ranking ottenuto sia con il singolo 残-ZAN-, sia con *Yokan* 予感 (Presentimento), entrambi del 1999. In seguito a questi successi, la band decise di lasciare la EXTASY RECORDS per entrare in una delle sottosezioni della Free-Will di DYNAMITE TOMMY. A seguito di questo cambiamento di etichetta non si ebbero altre apparizioni televisive o produzioni che riuscirono a conquistare le classifiche, nonostante il gruppo abbia mantenuto stabilmente la sua posizione come una delle band più importanti del movimento *visual kei* dei primi anni del nuovo millennio. MIYAVI, nato come chitarrista della band *visual kei* Dué le quartz, debutta come solista sotto la PS Company, una delle sottosezioni della Free-Will che dominerà il secondo boom del fenomeno, tutt'ora in corso. Sia il sound che l'estetica di questo artista sono estremamente eterogenei e in continuo mutamento, e si caratterizza per un approccio molto positivo con i media: in questa fase in cui il *visual kei* si richiuse in se stesso, limitandosi ad apparire nelle riviste specializzate e in poche trasmissioni radiofoniche dedicate alla musica rock, MIYAVI seguì l'esempio dei suoi predecessori, gli X, e prese ad accettare gli inviti che gli venivano proposti in varie tipologie di programmi televisivi, in cui si distinse per un atteggiamento aperto e solare che contribuì a riscattare l'immagine del movimento. Grazie alla collaborazione con i media, questo musicista riuscì a conquistarsi un buon numero di fan sia in Giappone che all'estero, contribuendo a dare il via alla rinascita del filone, portata avanti in particolare con gli altri artisti della PS Company.

¹⁴² MORIGAWA, “Vijuaru kei no keifu...” , cit., p. 103.

2.2.3 La ribalta del *visual kei*: il *neo visual kei*

Intorno alla metà della prima decade del nuovo millennio, si assiste a un lento ma costante aumento delle vendite di album e singoli da parte di band *visual kei* che, anche senza arrivare a segnare un boom della portata di quello precedente, hanno riacquisito attenzione mediatica e un numero sempre maggiore di fan. La rinascita del movimento fu segnata ufficialmente da un articolo apparso sul sito *Oricon Style* il 7 giugno 2006: *Shinjidai ni totsunyū! Neo vijuaru kei bando taitou no kizashi* 新時代に突入! ネオ・ヴィジュアル系バンド台頭の兆し (Stiamo entrando in una nuova era! I segni della crescente fama delle band *neo visual kei*).¹⁴³ Quello che cattura l'attenzione, già dal titolo, è il nuovo termine con cui ci si riferisce al fenomeno: *neo visual kei* ネオ・ヴィジュアル系, in cui alla classica denominazione del movimento viene apposto il prefisso *neo*, ponendo l'accento sull'innovatività degli artisti che vi vengono ricondotti. Anche in questo caso, il genere appare di difficile delimitazione, trattandosi di una evoluzione lenta e graduale direttamente dal *visual kei* underground dei primi anni del 2000. Il sopracitato articolo dello *Oricon Style* definisce il *neo visual kei* come “una nuova generazione di artisti, nati sotto l'influenza diretta di tutti i loro *sempai*”, aggiungendo solo successivamente delle indicazioni temporali, secondo cui questa nuova fase del fenomeno sarebbe riconducibile alle band, formatesi soprattutto tra il 2002 e il 2003, che hanno cominciato a distinguersi all'interno del panorama musicale giapponese a partire dal 2004, per arrivare a stabilire le proprie produzioni all'interno delle prime 20 postazioni della classifica tenuta dal sito già nel 2006.

Questa teoria è sostenuta anche da Yamaguchi Yoshie, la quale osserva come tra le quattordici band più importanti di questa fase di denominata *neo visual kei*, ben undici siano state formate dopo il 2000, nove delle quali hanno aperto le loro attività dopo il 2002, come indicato da *Oricon Style*.¹⁴⁴

Artista	Periodo di attività	Concept iniziale
Plastic Tree	1993 – in corso / '97 major	
MUCC ムック	1997 – in corso / '03 major	
Kagerō 蜚蠊	1999–2007	
Nightmare ナイトメア	2000 – in corso / '03 major	
Merry メリー	2001 – in corso / '05 major	<i>Eroguro</i> , ¹⁴⁵ ballate malinconiche
Vidoll ヴイドール	2002 – in corso / '09 major	Romanticismo occulto

¹⁴³ <http://www.oricon.co.jp/news/music/23842/full/> (data ultimo accesso: 15 marzo 2013).

¹⁴⁴ YAMAGUCHI, “Vijuaru kei kenkyū...”, cit., p. 92.

¹⁴⁵ Il termine è la fusione di due termini inglesi trascritti nell'alfabeto fonetico *katakana*: *erotikku* エロティック (erotic) e *gurotesuku* グロテスク (grotesque). Indica un movimento sviluppatosi in ambito cinematografico, artistico e letterario incentrato sulla compresenza dell'elemento grottesco e erotico.

the GazettE	2002 – in corso	
Sid シド	2003 – in corso / '08 major	
An Cafe アンティック-珈琲店-		Dance rock
D	2003 – in corso / '08 major	
Alice Nine	2004 – in corso	Compromesso tra oriente e occidente
Ayabie 彩冷える	2004 – in corso / '09 major	
Jealkb	2005 – in corso / '08 major	
LM.C	2006 – in corso / '06 major	

(In ordine di formazione / dicembre 2009)

YAMAGUCHI, “Vijuaru kei kenkyū – vijuaru kei kara neo vijuaru kei e no hensen”

Il termine temporale individuato da *Oricon Style* entra in conflitto con la teoria di Kashiwagi, che vede nel mini album *six Ugly* (2002) dei Dir en Grey il punto di inizio del *neo visual kei*.¹⁴⁶ Egli sostiene questa proposta evidenziando come il sound di tutte le sei canzoni contenute in questo disco fossero distanti da quella che è la musicalità classica del *visual kei*, fatto che comporta l’allontanamento di molti fan. Tuttavia, come comunemente riconosciuto dagli studiosi, il *visual kei* si presenta come una categorizzazione incentrata su caratteri riconducibili alla sfera dell'estetica e la gamma di sound molto eterogenea presentata dal filone, che passa da pezzi metal a pop-rock, è un carattere che non è stato perso nel *neo visual kei*, come affermato anche nello stesso articolo di *Oricon Style* e facilmente riscontrabile tramite l'ascolto dei pezzi di band differenti appartenenti a questo movimento. Appare dunque inopportuno imputare a *six Ugly* la nascita del nuovo *visual kei* sulla base di motivazioni di carattere esclusivamente musicale. Questo mini album rappresenta un punto di svolta nella carriera della band che, da questo momento in poi, si sarebbe avviata gradualmente verso l'abbandono dello stile *visual kei*, fino ad arrivare a essere classificata come semplice band heavy metal.¹⁴⁷ La definizione di *visual kei* è sempre stata molto vaga, e non ha mai fornito nessun carattere concreto utile alla classificazione o all'esclusione degli artisti in questo filone, se non la forza del loro impatto visivo. Ne consegue che, nonostante l'effettiva presenza di alcune tendenze stilistiche non riscontrabili nella prima fase del movimento, sarebbe stato possibile classificare all'interno del precedente movimento anche le band del nuovo millennio senza nessuna forzatura, in quanto soddisfano indubbiamente questo unico carattere distintivo. La creazione del termine *neo visual kei* non può dunque essere imputata a un'incompatibilità con la prima denominazione, ma risponde piuttosto all'esigenza da parte dei media a porre l'accento sull'imminente nascita di un nuovo boom di *visual kei*, il cui inizio non è individuabile nella nascita

¹⁴⁶ KASHIWAGI, “Poppu karuchā to shite...” , cit., pp. 94-95.

¹⁴⁷ PFEIFLE, Megan, “Globalizing Visual Kei: Investigating the Visual Style”, *JaME*, 30 luglio 2011; <http://www.jame-world.com/us/articles-76285-globalizing-visual-kei-investigating-the-visual-style.html> (data ultimo accesso: 11 marzo 2013).

di una band o in un'uscita specifica, ma in una tendenza in graduale e costante aumento nelle vendite di questi gruppi, che hanno fatto sì che, come in passato, questo filone non possa più essere ignorato. Infatti, dopo aver mostrato i primi segni di risveglio all'interno delle classifiche *oricon* assestandosi all'interno delle prime 30 posizioni nel 2006, il *neo visual kei* ha mantenuto un costante aumento nelle vendite, arrivando a posizionarsi stabilmente nelle top ten con la maggior parte dei gruppi major che vi figurano, come i the GazettE,¹⁴⁸ Alice Nine.,¹⁴⁹ Nightmare,¹⁵⁰ LM.C,¹⁵¹ e i Golden Bomber,¹⁵² che furono i primi a riconquistare il vertice della classifica, anche se solo giornaliera, nel gennaio 2012 con il loro *GOLDEN ALBUM*.¹⁵³ Da questo momento, gli artisti *neo visual kei* presero a comparire sporadicamente in vetta alle classifiche, anche settimanali: ad esempio, si possono citare ACID BLACK CHERRY¹⁵⁴ nel marzo 2012 con l'album *『2012』*, i SID¹⁵⁵ e i Golden Bomber nel gennaio 2013, rispettivamente con l'album *SID 10th Anniversary BEST* e il singolo *Dance My Generation*.¹⁵⁶ Riflettendo la crescente popolarità del fenomeno, non solo torna a essere normale per delle band in attività sotto major esibirsi al Nippon Budōkan, ma, a dieci anni dal tramonto del boom del *visual kei*, due delle band di nuova generazione, i SID e i the GazettE, riuscirono anche a riconquistare il Tōkyō Dome, entrambe nel dicembre 2010. La crescente attenzione mediatica nei confronti di questo fenomeno non raggiunge tutt'ora i livelli del primo boom, ma è tuttavia interessante notare l'istituzione di un programma settimanale dedicato al

¹⁴⁸ Band formata nel 2002 e attualmente sotto contratto con la sezione major della PS Company, figurando tra i suoi artisti di maggiore spicco. La musica dei the GazettE spazia da pezzi heavy rock a dolci ballate, e anche la loro estetica tende a cambiare di produzione in produzione, rendendone difficile la categorizzazione. Il grandissimo successo della band in Giappone la portò a conquistare il Tōkyō Dome nel dicembre 2010.

¹⁴⁹ Attivi dal 2004, gli Alice Nine. sotto la PS Company. Il sound orecchiabile, spesso tendente al pop rock e raramente aggressivo, ha procurato un notevole successo alla band, che può essere considerata la seconda per rilievo della sua casa discografica, dopo i the GazettE.

¹⁵⁰ I Nightmare sono una band formata nella regione Tōhoku nel 2000, e attualmente in attività sotto la Avex Group. Il gruppo è solitamente classificato come *koteosa kei*, e propone un sound solitamente molto melodico ed elaborato, e, più saltuariamente, pezzi più aggressivi.

¹⁵¹ Gli LM.C sono un duetto, accompagnato da una band di supporto, fondato nel 2006, ora in attività sotto la Pony Canyon. Le canzoni orecchiabili e allegre che il duetto propone gli hanno procurato un discreto successo, nonostante siano in attività da soli sei anni.

¹⁵² I Golden Bomber, fondati nel 2004 e tutt'ora in attività, sono una delle band più particolari del panorama *visual kei*. I membri presentano un'estetica estremamente modesta, fatta eccezione per il batterista Darvish Kenji, che è solito a sfoggiare un trucco di ispirazione kabuki. Inoltre, è interessante precisare che si tratta di una *air band*, in cui gli artisti non suonano, ma fanno finta o si esibiscono in balletti: solo il cantante Kiryūin Shō, e saltuariamente il chitarrista Kyan Yutaka, si esibiscono dal vivo. Il carattere di intrattenimento di questo gruppo e il suo sound commerciale, fanno sì che questa band sia più amata dal pubblico generico, rispetto al *fandom* del *visual kei*, arrivando a entrare frequentemente nelle top ten *Oricon*.

¹⁵³ <http://www.oricon.co.jp/> (Data ultimo accesso: 27 marzo 2013).

¹⁵⁴ ACID BLACK CHERRY è il progetto solista di YASU, vocalist della band *visual kei* Janne Da Arc, avviato nel 2007, sotto la produzione di Avex Group. La dolce melodicità delle canzoni proposte ha consentito al vocalist di attirare l'attenzione di una consistente fetta di pubblico, arrivando a conquistare il vertice della classifica *Oricon* settimanale.

¹⁵⁵ Band in attività dal 2003, i SID si caratterizzano per un sound che, nonostante l'alto livello di sperimentazione portato avanti dagli artisti, risulta orecchiabile. A questo, si unisce un look moderato, che ha facilitato l'acquisizione di un consistente *fanbase*.

¹⁵⁶ Ibid.

genere intitolato *VISUAL SHOCK*, in onda dall'aprile del 2007 all'aprile dell'anno successivo sulla rete Terebi Tōkyō Kei テレビ東京系,¹⁵⁷ e dei tre speciali estivi che il varietà *Music Japan* della NHK dedicò alle band *neo visual kei* nel 2007, 2008 e 2009.¹⁵⁸ L'apice di questo processo di ricomparsa graduale sul piccolo schermo del movimento si può individuare nell'apparizione dei Golden Bomber, una tra le band più aperte alle apparizioni televisive, nel 63° *Kōhaku uta gassen* il 31 dicembre 2012.¹⁵⁹ Inoltre, in questa fase di lenta riconquista del proprio spazio all'interno della scena musicale giapponese, il *visual kei* vede, oltre alla fondazione di moltissime band amatoriali e numerosi debutti sotto major, la rinascita delle due band leggendarie del boom precedente: a partire dal 2007, gli X e i LUNA SEA tennero sporadicamente dei concerti al Tōkyō Dome, per poi annunciare ufficialmente la riunione rispettivamente nel 2007 e nel 2010.

2.2.3.1 Le caratteristiche delle band *neo visual kei*

Il *neo visual kei* si mantiene fedele alla filosofia che guidava gli artisti del precedente boom e continua a proporre band che uniscono alla musica un forte impatto visivo ottenuto grazie alla compresenza di trucco, acconciature stravaganti dai colori sgargianti e innaturali e costumi trasgressivi ed elaborati. Come è normale per un movimento che punta a stupire tramite la propria immagine, è soggetto a una continua e veloce innovazione stilistica, che porta le band ad aver elaborato delle caratteristiche piuttosto diverse rispetto a quelle presentate dai primi esponenti del genere. In modo particolare, il *neo visual kei* appare esteticamente più codificato rispetto alla fase precedente grazie all'elaborazione di *concept* che caratterizzano l'intera attività della band e che dividono i gli artisti in vari sotto-gruppi con delle peculiarità molto vicine tra loro. Questa nuova uniformità all'interno del filone non è stata accettata di buon grado da molti dei fan del vecchio *visual kei*, tanto che dai sondaggi effettuati da Megan Pfeifle per il sito specializzato in musica giapponese JaME, emerge che ben il 46% dei sostenitori del genere lamentano l'eccessiva somiglianza di alcune di queste nuove band, da un punto di vista sia musicale che estetico.¹⁶⁰ Gli stessi artisti che hanno dato via al boom degli anni Novanta si dimostrano scettici nei confronti di questo “conformismo”:

¹⁵⁷ Ibid.

¹⁵⁸ KASHIWAGI, “Poppu karuchā to shite...” , cit., p. 95; YAMAGUCHI, “Vijuaru kei kenkyū...”, cit., p. 93.

¹⁵⁹ <http://www.oricon.co.jp/> (data ultimo accesso: 6 maggio 2013).

¹⁶⁰ PFEIFLE, Megan, “Globalizing Visual Kei: Final Results”, *JaME*, 28 agosto 2011; <http://www.jame-world.com/uk/articles-76302-globalizing-visual-kei-final-results.html> (data ultimo accesso: 11 marzo 2013).

“At that time, there weren't any two bands that sounded alike; these days everyone sounds exactly the same.”

Toshiya, bassista dei Dir en Grey¹⁶¹

“The Japanese music scene has a lot of visual kei bands, but their music is not very interesting to me. They cannot make good sounds and music is more like a hobby for them. I cannot feel their soul in the music, but a few artists are great!”

SUGIZO, chitarrista dei LUNA SEA e X JAPAN¹⁶² e solista¹⁶³

A lot of the new visual kei bands seem to be doing it just to be a part of the scene. I think it's important to be unique and we try to keep up our own style. Compared to the past, there seems to be more bands of different types now, and it seems almost unfair to call everyone “visual kei.” It also seems to be enjoyed by a wider variety of people. The young people nowadays are not only influenced by the music, but also the fashion as well, [...] Well I still don't think “visual kei” is a name for a genre; I see it as a bigger picture, as a part of rock. The visual aspect is something for a band to set themselves apart from others, at least that's what it was ten years ago. Now it's more like people are dressing up a certain way because they want to be “visual kei” or look “visual kei.” They are doing it to look like others instead of doing it to look different. This is obviously very different from when we started out more than ten years ago.

I membri della band ANGELO¹⁶⁴

Emerge dunque una forte critica al conformismo e alla commercialità di un movimento che raccoglie al proprio interno anche casi di band che vedono nel *visual kei* semplicemente un mezzo per arrivare al successo facile, lasciando non solo da parte la qualità musicale, come lamentano Toshiya e SUGIZO, ma anche l'originalità e la voglia di distinguersi che aveva caratterizzato il primo periodo, come correttamente sottolineano i membri di ANGELO. Inoltre, come viene evidenziato nell'ultimo dei commenti citati, il movimento appare molto variegato al suo interno in quanto fa capo a band che vanno dal classico *kurofuku kei* alle estetiche coloratissime e allegre degli artisti *oshare kei*. Il *visual kei* appare più come una macro-categoria all'interno della quale calare moltissimi sottogeneri, nei quali si può osservare una spiccata uniformità stilistica e, a volte, musicale. Prima di passare all'analisi di questi sottogruppi, verranno evidenziate le tendenze

¹⁶¹ WAYNE, Gabel, “Taking J-rock values stateside – Japan's Dir en grey join Korn on the Family Values tour”, *The Japan Times*, 17 Dicembre 2010; <http://www.japantimes.co.jp/culture/2010/12/17/culture/shock-rock-act-dir-en-grey-snob-cartoons-for-cred/#.UYE6KaJ7LSg> (data ultimo accesso: 9 febbraio 2013).

¹⁶² Con la riunione del leggendario gruppo fondatore del *visual kei*, SUGIZO entrò nella band in sostituzione del defunto HIDE.

¹⁶³ Andrea & Kay, “SUGIZO on LUNA SEA”, *JaME*, 10 febbraio 2010; <http://www.jame-world.com/uk/articles-68169-sugizo-on-luna-sea.html> (data ultimo accesso: 9 febbraio 2013).

¹⁶⁴ “Interview with ANGELO”, *Jrock Revolution*, 24 novembre 2008; <http://jrockrevolution.com/2008/11/webzine/interview-with-angelo-250> (data ultimo accesso: 9 febbraio 2013).

generali del fenomeno, dividendole come proposto da Yamaguchi Yoshie in tre sezioni: il trucco, le capigliature e i costumi.¹⁶⁵

Il make up

Nella nuova generazione degli artisti *visual kei* viene generalmente portata avanti la tendenza a rendere il trucco più naturale, avviata già verso la fine del primo boom, che comporta la presenza di un make up marcato quasi esclusivamente sugli occhi. In modo particolare si osserva un drastico calo delle band che sfoggiano il trucco *shironuri*, che diventa quasi una prerogativa dello *shiatorikaru kei* シアトリカル系, il sottogenere che raccoglie le band teatrali su esempio dei MALICE MIZER.

Grazie allo sviluppo tecnico che portò alla creazione di lenti a contatto colorate sempre più stravaganti, si assiste a un utilizzo massiccio di quest'ultime: lenti totalmente bianche, rosse, a spirale, che danno l'impressione che l'iride sia più grande ecc, diventano una delle caratteristiche del movimento, spesso sfoggiate in modo spaiato. L'utilizzo delle lenti colorate era presente anche nella prima fase del movimento, ma le tipologie erano ridotte a dei colori molto più naturali, e non influivano particolarmente nell'estetica dell'artista, a differenza di quelle attuali, che attirano subito l'attenzione dell'osservatore sugli occhi dei musicisti.

Anche i piercing, quasi totalmente assenti nel *visual kei* degli anni Novanta, entrano a far parte dell'estetica del movimento. Sono molti gli artisti che ne presentano, in modo particolare sulle labbra e le sopracciglia, a enfatizzare ulteriormente i punti chiave del trucco.

I costumi

I costumi sono la componente che varia più di ogni altra tra i vari sottogeneri del *neo visual kei*, ed è dunque possibile evidenziare solamente due tendenze comuni. La prima è la sempre maggiore attenzione destinata ai costumi di scena, che appaiono minuziosamente elaborati e pieni di particolari. Anche la prima fase del fenomeno considerava gli abiti di scena come uno dei punti cardine della propria estetica ed erano molto curati, ma non esistevano figure di stilisti specializzati in questo genere, ancora troppo nuovo per aver sfornato una squadra di personale appositamente formato per la creazione di uniformi così trasgressive, eccentriche e stravaganti. Al contrario, gli artisti della nuova generazione possono contare su uno staff nato e pensato per lavorare nel mondo del *visual kei*, e non improvvisato da altri campi come avveniva in precedenza.

La seconda peculiarità dei costumi della nuova fase di rinascita del movimento la si trova nel

¹⁶⁵ YAMAGUCHI, “Vijuaru kei kenkyū...”, cit., pp. 94-96.

crescente numero di abiti che lasciano scoperta parte del corpo dell'artista: sono frequenti i casi di artisti che presentano pantaloncini cortissimi o camicie aperte sul ventre. Questa nuova tendenza è in forte contrasto rispetto allo stile dei loro predecessori che, come si è visto nel primo capitolo, hanno sempre coperto il loro corpo, in particolare le gambe, con pochissime eccezioni.

Le capigliature

Il *neo visual kei* vede due tendenze principali riguardo alle capigliature: si opta o per tagli semi-lunghi, lisci e molto sfrangiati che richiamano i capelli squadrati e innaturali dei personaggi dei *manga*, o per capelli lunghi acconciati con il ferro a creare dei boccoli. La prima tipologia è quella più comune, e solitamente è caratterizzata da un colore di base abbastanza naturale, nero, biondo o castano, sul quale spiccano grandi e appariscenti meches sgargianti, rosa, blu, verdi o viola. Più rari sono i casi in cui gli artisti presentano delle capigliature di due tinte diverse, equamente divisi: la metà destra di un colore, la sinistra di un altro.

La seconda tipologia si osserva meno frequentemente e rimane caratteristica delle band *shiatorikaru kei* e dei membri delle band che puntano a ottenere un'immagine particolarmente femminile. Queste acconciature presentano solitamente dei colori molto naturali, in particolare il biondo, ma anche castano, più raramente il nero.

Dopo questa carrellata sulle caratteristiche più comuni del movimento, verranno analizzati più nello specifico i sottogeneri, ponendo l'accento sia sulla loro estetica, sia sul *concept* che mediamente porta alla sua elaborazione.

Angura kei アングラ系

Letteralmente “stile *underground*”, lo *angura kei* fa riferimento a un movimento culturale degli anni Sessanta, lo *angura* アングラ (trascrizione abbreviata nel sillabario *katakana* del termine inglese *underground*) che ha trovato la sua massima espressione nel teatro giapponese, ma ha influenzato anche il mondo del *manga* e della musica. Questo sottogenere del *neo visual kei* è altamente sperimentale e incentrato sul *concept* del *wafū rokku* 和風ロック, cioè un rock dall'atmosfera giapponesizzante. Gli artisti, capeggiati dai Kagrra, si presentano sul palco avvolti in dei kimono rielaborati in chiave *visual kei*, e uniscono molto spesso agli strumenti classici del rock quelli tradizionali giapponesi, come il *koto* e lo *shamisen*, dimostrando un fortissimo legame con la tradizione. Agne Steponaviciute in *Vijuaru kei ni okeru nihontekina imēji no hyōgen – oni to*

sakura wo megutte – ヴィジュアル系における日本的なイメージの表現 – 鬼と桜の表象を巡って (Le immagini giapponesi nel *visual kei* – tra *oni* e ciliegi) evidenzia come lo *angura kei* può essere interpretato come una versione giapponese dell'estetica gotica che ha influenzato vari ambiti della cultura europea, in particolare la letteratura, e che si è ampiamente diffusa nel mondo, diventando una corrente globale.¹⁶⁶ Tuttavia, in certi ambiti, come quello dello *angura kei*, subisce un processo di localizzazione, mediante il quale la sua estetica viene rielaborata e avvicinata ai canoni classici del contesto socio-culturale nel quale è calata: i vampiri e le rose, due emblemi della sottocultura gotica, vengono rimpiazzati dagli *oni*, i demoni giapponesi nati dall'immaginazione umana che condividono la natura soprannaturale delle creature fantastiche occidentali che vanno a sostituire, e dai *sakura*, i fiori di ciliegio che simboleggiano la fragilità del mondo e il suo essere effimero, importanti figure della tradizione giapponese che vengono utilizzate per dare un'espressione estetica all'oscurità presente nel cuore e nella mente dell'uomo.¹⁶⁷ Lo *angura kei* sfocia così in una corrente a metà tra la cultura classica autoctona e quella europea, in quello che si può definire un *gothic made in Japan*.



Fig. 35: Kiryū 己龍. Il gruppo, formato nel 2007 e quindi nuovo nel panorama *angura kei*, sta riscuotendo un discreto successo tra i fan del fenomeno, grazie alla loro estetica molto curata ed elaborata.



Fig. 36: Kagrra, 神楽.¹⁶⁸ La band, fondata nel 1998 e attiva fino al 2011, è una delle più rinomate dello *angura kei*.

Eroguro kei エログロ系

Il termine deriva dal movimento culturale denominato *eroguro* che, nato alla fine degli anni Venti,

¹⁶⁶ STEPONAVICIUTE, Agne, “Vijuaru kei ni okeru nihon tekina imēji no hyōgen – Oni to sakura no hyōshō wo megutte” (Le immagini giapponesi nel *visual kei* – tra *oni* e ciliegi), *Gendai shakai bunka kenkyū*, no. 52, Dicembre 2011, pp. 1-18.

¹⁶⁷ Ibid.

¹⁶⁸ Il nome di questo gruppo comprende la virgola.

ha influenzato con il suo mix di erotismo e carica grottesca la letteratura e il cinema giapponese. In epoca contemporanea, lo *eroguro* è diventato uno dei *concept* delle band *visual kei*, solitamente accompagnato da un'estetica estremamente cupa e macabra, dove il colore prevalente è il nero, con un make up che spesso inscena ferite che conferiscono agli artisti un'aura per l'appunto grottesca. Le melodie proposte da queste band sono solitamente molto forti, ai confini dello heavy metal, e i testi, profusi di una profonda tristezza, spesso sono incentrati sui temi della morte e del sadismo.



Fig. 37: UnsraW (2006-2011), una delle band più famose dello *eroguro kei*.

***Iryō kei* 医療系**

Letteralmente “stile di assistenza medica”, lo *iryō kei* è in realtà poco utilizzato, e trova il suo *concept* nella pazzia applicata alla figura del medico. Queste band non presentano particolari caratteristiche a livello musicale, ma sono facilmente riconoscibili grazie alla loro estetica, data la predilezione per camici bianchi e bende macchiati di sangue. Non è raro inoltre che per enfatizzare il loro *concept*, questi artisti portino con sé dei veri e propri accessori medici, dalle siringhe agli stetoscopi.



Fig. 38: LuLu, band formata ad Aomori nel 2005.

Kote kei コテ系

Il *kote kei*, letteralmente stile classico, è il sottogenere di *neo visual kei* che deriva direttamente dal *visual kei* dei primi anni Novanta. Dal momento della sua creazione, il termine è stato talvolta utilizzato retroattivamente a indicare le band in attività durante il periodo del primo boom del fenomeno. Questa corrente raccoglie al suo interno tutte le band che enfatizzano il loro impatto visivo e che non rientrano nelle altre sottocategorie: appare dunque come un filone molto variegato al suo interno e difficile da definire, soprattutto a causa della nascita del *koteosa kei*, uno stile misto tra il *kote kei* e lo *oshare kei*, come si vedrà poco più avanti.



Fig. 39: Phantasmagoria.

Nagoya kei 名古屋系

Il *nagoya kei* non è un sottogenere esclusivamente del *neo visual*, ed è stato presente, anche se in maniera minore, fin dalla nascita del movimento intorno alla fine degli anni Ottanta. Prende il nome dalla omonima città giapponese e si caratterizza per un sound decadente e un'estetica dark, molto fedeli al modello occidentale.



Fig. 40: lynch,¹⁶⁹ band in attività dal 2004.

Oshare kei お洒落系

Gli artisti dello *oshare kei* (letteralmente “stile modaiolo”) sono quelli che più si distinguono all'interno del mondo del *neo visual kei*: si caratterizzano per un'estetica gioiosa e giocosa, dal make up estremamente naturale e dai costumi pop coloratissimi. Proprio queste sue peculiarità rendono il filone più vicino allo stile *decora* デコラ, uno degli Harajuku street style nato tra la fine degli anni Novanta e i primi del 2000 la cui caratteristica sta nel riempirsi di accessori dai colori sgargianti, che non al resto dei sottogeneri *visual kei*. La solarità di questa sottocategoria non si limita all'estetica, ma coinvolge anche il sound, con le band che aderiscono al *concept* del dance-rock: i testi delle canzoni si fanno più positivi e la melodia fresca e allegra, in quanto organizzata solitamente su delle scale maggiori.¹⁷⁰

¹⁶⁹ Il nome della band è scritto tutto in minuscolo e seguito dal punto.

¹⁷⁰ YAMAGUCHI, “Vijuaru kei kenkyū...”, cit., pp. 96-97

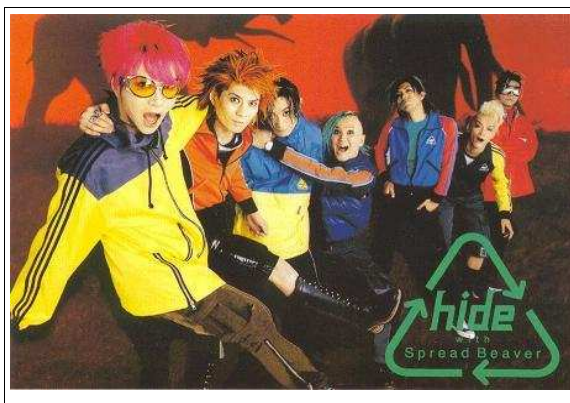


Fig. 41: SuG (2006-2013), una popolare band *oshare kei*.



Fig. 42: Gli An Cafe (2003-2010, 2012-in corso), probabilmente il gruppo più celebre dello *oshare kei*.

Lo *oshare kei* appare come una vera e propria controparte del *visual kei* originale, caratterizzato da un'atmosfera cupa e seria, trasgressiva e irriverente, tanto che sorge spontaneo chiedersi perché questa corrente vi sia categorizzata. Probabilmente questo stile nasce ispirandosi agli ultimi anni della carriera di HIDE, che nel 1996 diede il via ad un progetto chiamato *hide with Spread Beaver*.¹⁷¹ staccandosi radicalmente dalla serietà e drammaticità degli X, il chitarrista propose nei suoi CD una lunga serie di canzoni positive e dalla melodia solare, accompagnate da un'estetica essenziale ma dai colori sgargianti, che potrebbe essere stata la base sulla quale gli artisti successivi hanno elaborato il loro stile caratteristico. Inoltre, sono presenti anche degli artisti, appartenenti al cosiddetto *koteosa kei* コテオサ系,¹⁷² che, come suggerisce il termine stesso, sono a metà tra *kote kei* e *oshare kei*: lo *oshare kei* potrebbe dunque essersi evoluto direttamente da questo stile misto. Qualunque sia la sua origine, questa corrente appare come la più innovativa all'interno del movimento del *neo visual kei*.



¹⁷¹ Gli *hide with Spread Beaver* sono una band creata da HIDE nel 1996 e attiva fino al 1998, anno di morte del leader. I membri facevano parte del gruppo di supporto della carriera solista del chitarrista degli X, da qui il nome.

¹⁷² Termine nato dalla fusione di *kote* e *oshare*, poi abbreviato a *koteosa kei*.

Fig. 43: hide with Spread Beaver, una delle possibili radici dello *oshare kei*.

Fig. 44: Ayabie (2004-2010), una delle band miste dette *koteosa kei*.

Shiatorikaru kei シアトリカル系

Con *shiatorikaru kei* si intendono le band dall'apparenza spiccatamente teatrale che si rifanno al mondo dell'aristocrazia europea del tardo medioevo. Caratterizzati da testi e sound di ispirazione gotica, spesso accompagnati anche dal suono dell'organo, gli artisti appartenenti a questa corrente portano sui loro palchi un'atmosfera di un romanticismo cupo e decadente, tipico dell'estetica del movimento gotico occidentale. Anche le ambientazioni dei *music clip* e dei servizi fotografici di questi gruppi hanno subito una grandissima influenza da quel movimento europeo, prediligendo castelli e, talvolta, cimiteri, che ben si adattano a esprimere la loro visione artistica del mondo. I costumi, su cui è forte l'influsso del teatro *Takarazuka*, sono molto pomposi ed elaborati, e il trucco, spesso *shironuri*, viene utilizzato per rendere il volto dell'artista il più possibile vicino a quello degli occidentali: a causa del loro *concept* che difficilmente si presta a delle interpretazioni, questo tipo di band non riesce a sviluppare una forte evoluzione stilistica, al contrario di quanto avviene in altri sottogeneri più liberi, e risulta per lo più identico all'esempio dei MALICE MIZER. I Moi dix Mois (2002 - in corso), nuovo progetto del chitarrista MANA, sono l'esempio più consistente di cambiamento estetico in questo filone: una rielaborazione in chiave estremamente dark, al punto da potersi quasi considerare come un classico gruppo *gothic*.



Fig. 45: Versailles.¹⁷³



Fig. 46: Moi dix Mois.

Questa analisi divisa per categoria lascia trasparire da una parte l'alto livello di codificazione interna a ciascun stile, dall'altra un'estrema varietà di estetiche, sound e *concept* presenti nel

¹⁷³ I Versailles sono un gruppo *shiatorikaru kei* in attività dal 2007 al 2012. La band vanta nella sua formazione il chitarrista HIZAKI e il cantante KAMIJO, che, insieme a MANA, sono tra i musicisti di maggiore spicco in questo settore.

movimento. Inoltre, nel *neo visual kei* rimangono artisti *kote kei* che non si prestano facilmente alla categorizzazione, in quanto presentano caratteristiche molto diverse tra loro.

Kashiwagi evidenzia che un'ultima caratteristica di questa nuova generazione di musicisti è da ricercarsi nei nomi delle band: al contrario della fase precedente, in cui era forte la tendenza all'utilizzo di nomi scritti in *romaji* maiuscolo, a partire dal nuovo millennio quasi tutti i gruppi optano per presentarsi con degli appellativi in *katakana*.¹⁷⁴ La propensione per uno dei sistemi di scrittura del giapponese può essere interpretata come un tentativo di riaffermazione dell'identità nipponica delle band. Tuttavia, a partire dalla metà della prima decade del 2000 si assiste ad un'inversione di rotta, che vede un ritorno all'utilizzo del *romaji*, questa volta minuscolo: è facile pensare che gli artisti vedano il ricorso a questo tipo di scrittura come un modo per facilitare l'acquisizione di un nascente *fanbase* straniero, in modo particolare occidentale.

2.2.3.2 L'espansione verso l'estero

Con la diffusione dell'utilizzo di internet a partire dall'ingresso nel nuovo millennio, si assiste a un crescente interesse nei riguardi della cultura giapponese a livello globale, in particolare in Germania.¹⁷⁵ Questa attenzione verso il Paese coinvolse anche le varie forme di *pop-culture*, dai *manga* alla musica, e anche il *visual kei* cominciò a ottenere un piccolo seguito di fan nelle nazioni europee e americane. È proprio approfittando di questo interesse che i DuelJewel e i BLOOD si cimentarono in concerti e veri e propri tour da prima negli Stati Uniti, poi anche in Europa e, in misura minore, in Canada, America Latina e Oceania.

2.2.3.2.1 Il *visual kei* in America

I pionieri della conquista dell'occidente furono i DuelJewel,¹⁷⁶ che, con la loro performance alla *anime convention* A-Kon di Dallas nel 2002 e il successivo tour statunitense del 2003 in ben cinque città del Paese, segnarono l'inizio del *visual kei* oltreoceano. Queste attività spronarono molte altre band a intraprendere la strada degli USA e si assiste a un costante e graduale aumento di concerti e tour di artisti appartenenti a questo movimento, che arrivano a toccare le diciotto¹⁷⁷ unità nel 2007,

¹⁷⁴ KASHIWAGI, "Poppu karuchā to shite...", cit., p. 94.

¹⁷⁵ Ibid.

¹⁷⁶ I DuelJewel, fondati nel 1997 e ancora in attività, sono una delle band di spicco della scena *visual kei*, e hanno al loro attivo il record di essere stato il primo gruppo a esibirsi in occidente.

¹⁷⁷ Il calcolo si basa sull'archivio del sito specializzato in musica giapponese JaME ed esclude tutte le band che, come

favorito anche dall'istituzione di alcune *convention* dedicate alla musica rock giapponese a cui presero parte anche numerosi gruppi *visual kei*: Jrock Connection, tenutasi per due anni nel 2005 e 2006, e, in modo particolare, Jrock Revolution, un festival della durata di due giorni dedicato al movimento tenutosi a Los Angeles su iniziativa di YOSHIKI, che ospitò sette gruppi giapponesi.¹⁷⁸ Il vero picco dell'attività *visual kei* nel Nord America si ebbe però nel 2008, con un'impennata nell'attività concertistica che portò a sfiorare la soglia degli ottanta concerti, quadruplicando il numero delle performance dell'anno precedente. Ciò nonostante, l'incremento delle esibizioni non è proporzionale all'aumento del numero dei gruppi da cui queste performance sono state eseguite, che sono passati da sedici a venticinque. È dunque evidente che il picco dell'attività è dato dall'organizzazione di imponenti tour che hanno visto protagoniste le band giapponesi, in modo particolare i BLOOD,¹⁷⁹ MIYAVI e gli Ayabie. Un'influenza particolare su quest'impennata di esibizioni *visual kei* fu giocata dal tour *Taste of Chaos 2008*, un tour multi-artista rivolto ai fan del rock e heavy metal occidentale e a cui furono invitati a partecipare anche tre gruppi giapponesi appartenenti al filone: MUCC,¹⁸⁰ DéspairsRay¹⁸¹ e THE UNDERNEATH.¹⁸² Solo questa serie di eventi conta trentatré date, svoltesi dal 29 febbraio al 15 aprile, concorrendo quindi in maniera preponderante alla formazione della cifra record di settantanove eventi con artisti *visual kei*: se le tre band non avessero preso parte a questo tour, il numero delle performance sarebbe calato a trentasei unità e l'incremento rispetto all'anno precedente si sarebbe più che dimezzato, passando dal 338,8% al 100%. Il *Taste of Chaos 2008* non fu significativo solo in relazione alla formazione del picco dell'attività di queste band, ma anche perché diede l'opportunità ai fan del rock mainstream di matrice occidentale di entrare a contatto con il *visual kei*, anche se questo non si tradusse in un sostanziale allargamento del *fandom* americano. Nello stesso anno, un'altra occasione per espandere la conoscenza del movimento a livello di pubblico generico è data dagli X JAPAN, che con il loro singolo digitale *I.V.* acquistabile su iTunes a livello globale, hanno partecipato alla colonna sonora

ad esempio i Dir en Grey e GLAY, al momento delle esibizioni avevano già abbandonato lo stile *visual kei*. Sono invece state contate band che, pur presentando un'estetica abbastanza moderata, continuavano a essere classificate all'interno del movimento. Fonte: <http://www.jame-world.com/us/schedule.html> (data ultimo accesso: 3 aprile 2013).

¹⁷⁸ Tutti i tour e concerti a cui presero parte più di un artista *visual kei* sono stati comunque contati come un unico evento.

¹⁷⁹ I BLOOD sono una band fondata nel 2002 e tutt'ora in attività sotto contratto con una casa discografica indie, nonostante abbiano conquistato un *fandom* tale da permettergli di organizzare tour all'estero. Nonostante siano riluttanti a definirsi *visual kei*, i membri non hanno mai rifiutato quest'etichetta, che continua a essergli attribuita a causa della loro estetica estremamente elaborata.

¹⁸⁰ Band in attività dal 1997 sotto indie, è apprezzata gamma di sound estremamente varia. Tradizionalmente categorizzata come *eroguro kei*, e continuano a essere ricondotti ed etichettati come *visual kei*, nonostante la loro estetica si sia ridimensionata a partire dal 2004,

¹⁸¹ I DéspairsRay, attivi dal 1999 al 2011, sono stati una delle band *visual kei* di maggior successo, caratterizzati da un sound molto sperimentale che unisce elementi hard rock ad altri più melodici. Questo gruppo figura tra quelli più attivi in occidente, con vari tour, sia in America che in Europa.

¹⁸² Gruppo indie in attività dal 2007 al 2010, categorizzato come *Nagoya kei*.

del quarto episodio della saga horror *SAW*, fungendo da sottofondo per i titoli di coda. Il music clip della canzone fu inserito nei contenuti speciali del DVD del film nel 2009.

La prima battuta d'arresto nell'attività *visual kei* negli Stati Uniti si è verificata nel 2009, anno in cui il numero degli eventi calò a trenta unità. Non fu un dato particolarmente preoccupante, in quanto il picco segnato l'anno precedente era stato in gran parte frutto del *Taste of Chaos 2008*, un evento di carattere generico e non specifico sul movimento in analisi: basti pensare che il numero degli eventi aventi per protagoniste band *visual kei* fu trentasei. Tuttavia, il 2009 segna l'ingresso in una fase di costante diminuzione del numero di artisti che visitarono gli Stati Uniti: si passò dai venticinque del 2008 ai diciassette del 2009, fino ad arrivare ai sette del 2012. Infatti, la ripresa dell'attività che raggiunse quota cinquantaquattro eventi non fu supportata da un aumento dei gruppi che avevano visitato l'area, ma semplicemente all'aumento dei tour rispetto all'anno precedente: *Seileen & GPKISM Coupling Tour* dei Seileen¹⁸³ e GPKISM,¹⁸⁴ *QUAFF ODYSSEY TOUR* dei QUAFF, *NEO TOKYO SAMURAI BLACK WORLD TOUR 2010* di MIYAVI, e *X JAPAN US & Canada Tour 2010* degli X JAPAN rispettivamente di dodici, sei, dodici, sei date nel Paese. Esaminando il calo dell'attività concertistica avvenuto nel 2009, Megan Pfeifle lo imputa alla crisi economica degli Stati Uniti e all'epidemia del virus H1N1, evidenziando come quest'ultima fosse stata data come motivazione per la cancellazione del concerto alla *anime convention* A-kon di quell'anno.¹⁸⁵ L'epidemia H1N1 ha avuto sicuramente un peso nella battuta d'arresto verificatasi nel 2009, tuttavia non può estendersi a giustificare il calo degli artisti e delle performance da quel momento in avanti. È probabile che su questo calo abbia influito in maniera più sostanziale la minore disponibilità economica da parte di organizzatori e sponsor dovuta alla crisi finanziaria che cominciò ad attanagliare gli Stati Uniti a partire dalla fine del 2008. Un'ulteriore spiegazione alla diminuzione dell'attività nel Paese può essere data guardando all'apertura di nuovi mercati per il *visual kei* in Sud America e, in particolare, in Europa, che ebbero il risultato di spartirsi gli artisti e gli eventi, talvolta avendo la meglio sul colosso americano.

Infatti, il 2005 vede la prima performance *visual kei* nel Centro e Sud America grazie al concerto in Messico dei BLOOD. L'area vide un costante ma lento aumento delle visite da parte degli artisti giapponesi e il primo consistente aumento dell'attività si osservò nel 2009, proprio in

¹⁸³ Band in attività dal 2005, si caratterizza per un look estremamente originale e un sound che unisce al gothic-industrial, elementi di influenza electro-pop.

¹⁸⁴ I QUAFF sono un gruppo fondato nel 2002 e sciolto nel 2011, e tutta la sua attività si è svolta sotto contratto indie. Si caratterizzano per un sound moderno e innovativo, che unisce rock, rap, e, in parte minore, suoni della tradizione musicale giapponese.

¹⁸⁵ PFEIFLE, Megan, "Globalizing Visual Kei: The Rise of Visual Kei - North, Central and South America", *JaME*, 18 giugno 2011; <http://www.jame-world.com/us/articles-75977-globalizing-visual-kei-the-rise-of-visual-kei-north-central-and-south-america.html> (data ultimo accesso: 11 marzo 2013); PFEIFLE, "Exposing the underground...", cit., p. 79.

corrispondenza all'inizio della discesa del movimento negli USA, quando si registrò un passaggio dai sette ai diciassette show *visual kei*, a opera di sette band diverse. Dopo un calo registrato l'anno successivo, in cui le performance scesero sotto ai livelli del 2006, si assiste a un nuovo aumento dell'attività nell'area che porta nel 2012 a un sorpasso degli Stati Uniti: quattordici concerti nella zona del centro e sud America contro gli undici degli USA.

Il Canada gioca un ruolo molto marginale nell'espansione del *visual kei* nel continente Americano: il primo artista a mettervi piede fu MIYAVI nel 2010, seguito da DéspairsRay e X JAPAN che visitarono questa nazione in occasione dei loro tour nord americani. L'attività del movimento non solo iniziò tardi se paragonata al resto del continente, ma andò sempre calando, dalle cinque esibizioni del 2010 alle due del 2012, passando per le tre del 2011.

**Andamento delle attività *visual kei* in America
(349 eventi totali)**

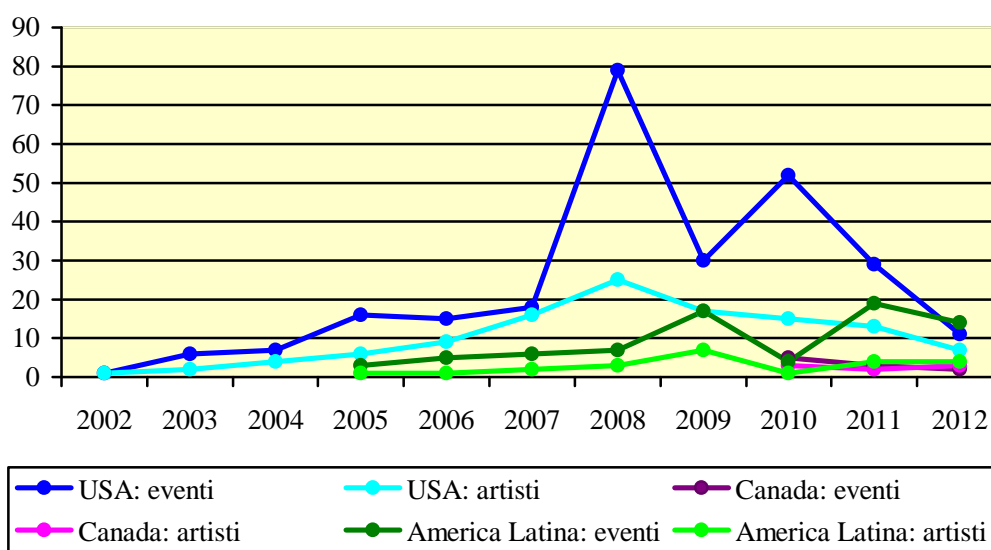


Grafico 1: Andamento delle attività *visual kei* in America

Per approfondimento, grafico 1, grafico 2, tabella 2 in appendice a pp. 140-141

Fonte dati: archivio JaME (<http://www.jame-world.com/us/schedule.htm>)

2.2.3.2.2 Il *visual kei* in Europa

Nonostante l'interesse verso il *visual kei* si fosse diffuso in maniera abbastanza uniforme in nel mondo occidentale, l'Europa vide il suo primo concerto nel 2004 a opera dei BLOOD che,

nell'aprile di quell'anno, tennero un mini tour di quattro date in Francia e Germania. A questa band seguirono subito molti altri artisti, e già il 2004 vide dieci performance da parte di quattro artisti: BLOOD, KISAKI PROJECT,¹⁸⁶ Moi dix Mois e DéspairsRay. Dopo un piccolo incremento dell'attività nell'anno successivo che coinvolse anche altre nazioni dell'Europa Occidentale oltre a Francia e Germania, il 2006 vide un'impennata nel numero delle performance, arrivando a sfiorare le sessanta unità ad opera di sedici artisti: sei tour, fra cui l'imponente *European Tour* dei DéspairsRay di quattordici date, portarono il *visual kei* in ben tredici nazioni diverse. L'anno successivo segnò il record di ventiquattro artisti nella sola parte occidentale del continente, grazie all'istituzione di alcuni summit dedicati al *j-rock* che ospitarono svariate band *visual kei*: il J-Shock e il Jrock Invasion tenutisi rispettivamente il 23 giugno e il 29 dicembre a Colonia. A partire da questo momento, il numero annuale degli artisti che visitarono l'Europa Occidentale si assestò variando di anno in anno tra le tredici unità del 2008 alle diciannove del 2012. Nonostante il numero delle band sia calato sensibilmente dopo il picco del 2007, il numero dei concerti ed eventi incentrati sul movimento continuò ad aumentare costantemente, fino a raggiungere le novantadue unità nel 2009, il numero più alto di performance annuali, attualmente imbattuto ed eguagliato solo dalla stessa area nel 2011: infatti, dopo un leggero calo dell'attività che si riportò ai settantasei show, si ebbe un nuovo rialzo dell'attività nell'Europa Occidentale che eguagliò il record precedentemente stabilito. Nel 2012 si chiuse con un nuovo calo riguardo al numero di concerti, ma non si è mai verificata in Europa Occidentale una diminuzione sostanziale dell'attività pari a quella americana: infatti anche in quest'anno si sono svolti ottantaquattro show, registrando addirittura un aumento degli artisti accolti rispetto ai quattro anni precedenti.

L'Europa Occidentale mantiene la sua posizione di centro dell'attività europea, contando ben 573 delle 797 performance *visual kei* del continente, in particolare grazie al ruolo leader di Germania e Francia, rispettivamente con 231 e 161 concerti ospitati. La parte orientale del continente ha visto l'arrivo del movimento in contemporanea con Francia e Germania, grazie alla tappa in Polonia del tour dei BLOOD. Tuttavia, già l'anno successivo, il 2005, vede cadere quest'area nel dimenticatoio, e non vi si registra nessuna attività *visual kei*. Dopo una ripresa che vede due concerti nel 2006, si assiste a un primo picco di attività nell'anno successivo con il raggiungimento dei sette show da parte di cinque artisti: a questo record parziale per l'area ha concorso in modo preponderante la fondazione nell'anno precedente della Ukiyo-e, un'organizzazione polacca no-profit per la promozione del *visual kei* e di eventi su di esso incentrati nell'area dell'Europa dell'est. Nonostante un calo consistente dell'attività nel 2008, grazie

¹⁸⁶ Come appare evidente dal nome della band, si tratta del progetto solista del famoso bassista KISAKI. Avviato nel 1994, ha subito svariate battute d'arresto, l'ultima nel 2007.

all'impegno di questa associazione e della Kohaku Music, un'azienda nata nel 2008 con lo stesso scopo della Ukiyo-e, il numero dei concerti nell'area ebbe un'impennata, arrivando a registrare trentadue performance nel 2010 e, dopo un lieve calo nell'anno successivo, trentasei nel 2012. Nella rubrica da lei curata su JaME, Pfeifle evidenzia che l'improvviso aumento dell'attività in quest'area è da attribuirsi anche alla diffusione di internet in questi paesi:

“While it is purely speculative, we can try pinpoint some of the causes for the sudden activity surge, but the primary cause is most likely the internet. According to World Bank, from 2006 to 2008, internet usage increased in many countries of Eastern Europe. For example, increases for the following countries were as follows: Russia 13%, Slovakia 17%, Hungary 14%, Czech Republic 13% and Poland 9%. These numbers are much higher than more modernized countries such as the United States and Germany, which only rose around 5%. However, this rise does not encompass all of East Europe, nor does the level of modernization truly determine the increase – some countries, such as Slovenia and Latvia, saw little more than a 5% increase.”¹⁸⁷

Infatti, come verrà esposto successivamente cercando di dare una spiegazione all'espansione verso occidente del fenomeno, internet rappresenta senza ombra di dubbio il veicolo principale per la diffusione del *visual kei*. Grazie all'allargamento di questo media a una fascia sempre maggiore di popolazione e grazie alle associazioni che hanno investito sul questo movimento, anche un'area precedentemente marginale come l'Europa Orientale, che conquistò una solida base di fan e, di conseguenza, numerosi concerti. In modo particolare è interessante notare come la Russia, la cui attività nel settore è cominciata nel 2009, nonostante uno sporadico concerto tenuto nel 2007, ha già ospitato un totale di cinquantasette concerti, superando il Regno Unito, terzo per numero di performance nell'area occidentale.

Al contrario di quanto avvenne nella parte orientale dell'Europa, i Paesi nordici videro l'entrata del *visual kei* con un anno di ritardo rispetto alle altre nazioni del continente, con due tappe del tour del BLOOD nell'agosto del 2005, che confermarono il loro ruolo di conquistatori di nuovi spazi espressivi per il movimento. Un altro punto che distingue l'area nordica da quella orientale è da ricercarsi nella continuità della crescita dell'attività e del numero di artisti nell'area: molti dei gruppi che si recarono in Europa tennero dei concerti anche in Finlandia e Svezia, e già nel 2009 si registrò il record di ventisei show e quindici band. Di particolare interesse è la partecipazione dei

¹⁸⁷ PFEIFLE, Megan, “Globalizing Visual Kei: The Rise of Visual Kei - Europe, Oceania and East Asia”, *JaME*, 2 luglio 2011; <http://www.jame-world.com/us/articles-76004-globalizing-visual-kei-the-rise-of-visual-kei-europe-oceania-and-east-asia.html> (data ultimo accesso: 11 marzo 2013).

MUCC e dei girugämesh¹⁸⁸ al *Tuska Open Air* del 2007, un summit di musica metal Finlandese, e della prima band al *Sweden Rock Festival* e al *Rockstar Taste of Chaos* rispettivamente nel 2007 e 2008.¹⁸⁹ Questi eventi, similmente al *Taste of Chaos 2008* americano visto in precedenza, diedero la possibilità alle band giapponesi di entrare in contatto con i fan della musica heavy metal e hard rock occidentale, ma anche in questo caso il risultato fu simile alla precedente esperienza. Dopo il record segnato nel 2009, il *visual kei* ebbe una brusca battuta d'arresto, riportando le sue attività nell'area sotto le dieci unità nell'anno successivo. Una leggera ripresa si è registrata nel 2012, anno in cui si tennero dieci concerti da parte di nove artisti, un segnale di un possibile rialzamento dell'attività nella zona.

**Andamento delle attività *visual kei* in Europa
(797 eventi totali)**

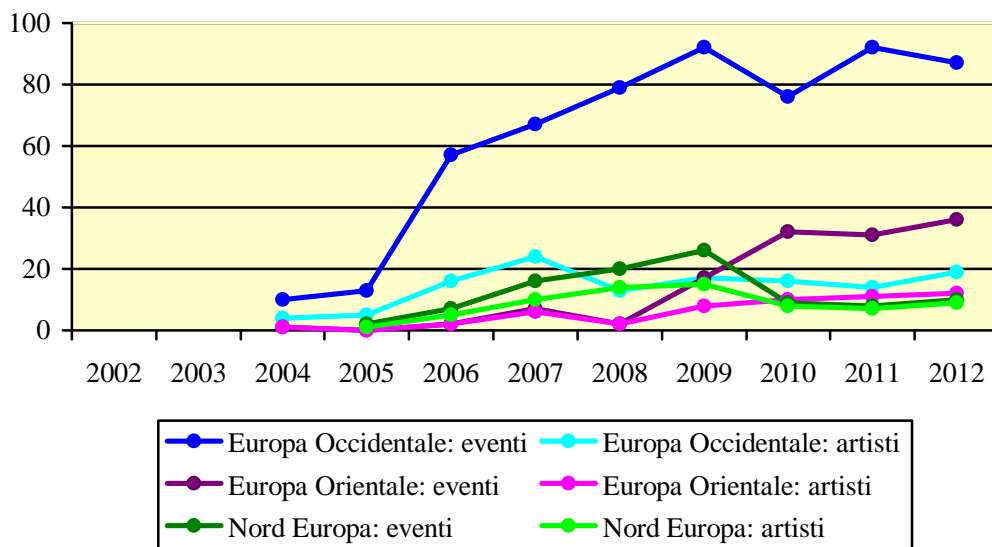


Grafico 2: Andamento delle attività *visual kei* in Europa

Per approfondimento, grafico 3, grafico 4, tabella 3, tabella 4 in appendice a pp. 142-144

Fonte dei dati: archivio JaME (<http://www.jame-world.com/us/schedule.htm>)

2.2.3.2.3 Il *visual kei* in Asia e Oceania

L'Asia Orientale ebbe il primato di registrare il primo concerto *visual kei* al di fuori dei confini del

¹⁸⁸ I girugämesh (il minuscolo fa parte del nome), sono una band *visual kei* fondata nel 2003 e ancora in attività. Si caratterizza per un sound heavy rock dai toni dark.

¹⁸⁹ PFEIFLE, "Globalizing Visual Kei: The Rise of Visual Kei - Europe, Oceania...", cit.

Giappone grazie al tour di tre date che portò i LUNA SEA a esibirsi in Cina e Taiwan nel 1999, nel momento in cui il primo boom del fenomeno si avviava verso il tramonto. Nonostante la precoce apparizione del movimento in questi Paesi, il numero delle performance in quest'area rimase stabile, variando tra i tre e i quattro show annuali. Il primo consistente aumento si ebbe nel 2002, quando quattro band visitarono i Paesi limitrofi al Giappone, proponendo sette concerti, riflettendo il desiderio di espansione del movimento che lo portò a spingersi nello stesso anno in America. Questo leggero incremento dell'attività fu un evento sporadico, e per ben due anni l'area non fu più oggetto della visita da parte dei gruppi *visual kei*. Dopo una leggera ripresa nel 2005 e 2006 che videro rispettivamente uno e due show nella zona orientale dell'Asia, il 2007 annoverò otto concerti svolti ospitando dieci artisti, un record per l'estremo oriente, ancora lontano dalle cifre registrate in America e Europa. Anche dopo tre anni di lento aumento dell'attenzione verso quest'area, l'andamento dell'attività continuò a essere altalenante: si registrarono tre anni di calo che fece ondeggiare le performance *visual kei* tra le sette e le cinque unità. Il 2009 rappresentò il boom dell'attività nell'area, che ospitò ben diciotto band per trentatré concerti, rimanendo tuttavia sotto la media degli altri continenti. Infatti, l'Asia Centrale e Medio Orientale non hanno mai ospitato nessuna attività da parte di artisti appartenenti a questo movimento, e il Sud Est Asiatico fu oggetto dell'espansione del *visual kei* solo a partire dal 2009 per un totale di cinque performance e tre artisti: nonostante la vicinanza dei Paesi di questo continente, non ha saputo reggere il passo rispetto alle grandi potenze occidentali.

Un ruolo ancor più marginale nella diffusione globale del fenomeno è stato giocato dall'Oceania: il continente vide i suoi primi concerti solo nel 2008, grazie a tre tappe del tour *Darkest Labyrinth vol.8* intrapreso dalle band BLOOD e GPKISM. L'area non fu però oggetto di una crescente attenzione da parte degli artisti: si ebbero solo altre quattro performance dei GPKISM nel 2009 e due di MIYAVI nel 2010. Dopo questi nove show tenutisi tutti in Australia, l'attività nell'area si azzerò, e al 20 aprile 2013 non si sono avuti annunci di concerti da parte di artisti *visual kei* in questo continente. Pfeifle evidenzia come questa carenza di interesse nell'area da parte delle band giapponesi sia da imputarsi alla mancanza di un solido *fanbase*: nel suo sondaggio riguardo ai modi di scoperta del *visual kei* e alla sua percezione, che ha coinvolto 6384 fan provenienti da 88 paesi diversi, solo l'1% degli intervistati proviene dall'Oceania.¹⁹⁰

¹⁹⁰ Ibid.

**Andamento delle attività *visual kei* in Oceania e Asia
(103 eventi totali)**

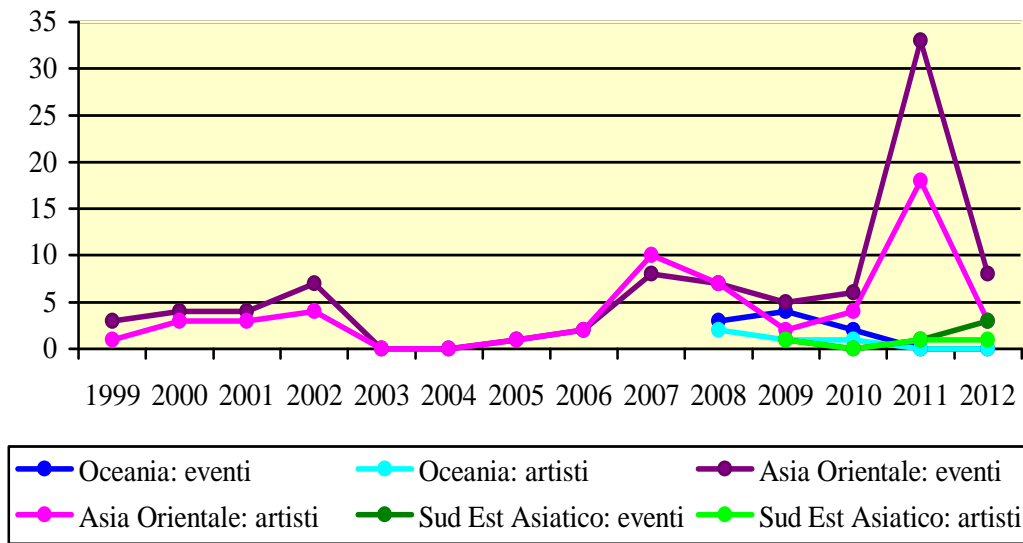


Grafico 3: Andamento delle attività *visual kei* in Asia e Oceania

Per approfondimento, grafico 5, grafico 6, tabella 5 in appendice a pp. 145-146

Fonte dei dati: archivio JaME (<http://www.jame-world.com/us/schedule.htm>)

2.2.3.2.4 Artisti occidentali di ispirazione *visual kei*

Un secondo aspetto della diffusione all'estero del *visual kei* è la nascita di band indie occidentali che si ispirano a questo movimento: gli spagnoli Pinku Jisatsu, i francesi GaïdjinN, gli italiani DNR, gli svedesi Sai e YOHIO e i tedeschi CINEMA BIZARRE sono solo alcuni dei gruppi nati dall'incontro con la tradizione giapponese. Tutti questi musicisti sono direttamente ispirati al *visual kei*, presentando delle estetiche molto simili, se non identiche, a quelle dei loro modelli asiatici, degli pseudonimi giapponesi e, talvolta, arrivano a scrivere parte dei testi nella stessa lingua.



Fig. 47: Pinku Jisatsu, la band *visual kei* spagnola.



Fig. 48: YOHIO, artista solista svedese.

Inoltre, alcuni studiosi come Pfeifle e Kashiwagi, evidenziano delle possibili influenze del movimento anche su artisti di fama internazionale non apertamente legati a tale fenomeno: è il caso di Lady Gaga, famosa per il suo stile molto provocatorio e trasgressivo, e dei TOKIO HOTEL, il cui frontman Bill Kaulitz si caratterizza per un'immagine androgina.¹⁹¹



Fig. 50: Lady Gaga.



Fig. 51: I TOKIO HOTEL.

La comparsa di questi artisti stranieri che a volte si proclamano *visual kei*, altre vengono solo considerati il risultato della di un'influenza passiva, apre un dibattito tutt'ora privo di risposta: è un movimento esclusivamente giapponese? Le opinioni sono discordanti ed è difficile trovare una risposta univoca a questo quesito. La vaga e generica definizione del fenomeno non offre nessun

¹⁹¹ KASHIWAGI, "Poppu karuchā to shite..." , cit., p. 98; PFEIFLE, "Exposing the underground..." , cit., p. 76.

appiglio per la classificazione e l'esclusione delle band da esso. Il “forte impatto visivo”, unico aspetto fondamentale per questo tipo di artisti, è molto soggettivo e vago, e può arrivare a inglobare anche gruppi rock occidentali, come i KISS e Marilyn Manson, che tuttavia non sono mai stati considerati *visual kei*. Effettivamente, l'immagine complessiva di questi artisti è piuttosto diversa dall'aura presentata dai musicisti giapponesi del movimento, ma non si può dire lo stesso delle band nate sotto l'influenza diretta del fenomeno. Come appare evidente dalle fotografie proposte, questi giovani artisti elaborano la propria estetica sulla base di quelle proposte nel Paese del Sol Levante, nel tentativo di emularne lo stile e avvicinarsi ai loro idoli. Tuttavia, come afferma Kaytea Miyagi, una musicista statunitense che ha lavorato anche nella scena *visual kei* giapponese a livello di indie, “it is very much a uniquely Japanese scene, and despite popularity, it can only be emulated to a certain degree by foreign fans before it stops being visual kei and starts to become more traditionally goth, punk, etc”.¹⁹² La corporatura esile e i lineamenti morbidi e delicati dei giapponesi rendono più facile l'elaborazione delle figure di bellezza androgina peculiari del movimento, che talvolta i musicisti occidentali non riescono a far rivivere a causa delle loro caratteristiche fisiche, nonostante l'utilizzo degli stessi costumi e trucco. Questo potrebbe essere il motivo per cui in Europa e America si osservano casi in cui all'interno delle band vi siano membri di sesso femminile e, in casi più rari, gruppi formati esclusivamente da ragazze, come le ungheresi *Kuroyuri* 黒百合. La presenza femminile all'interno del *visual kei* di matrice occidentale entra in conflitto con uno dei pochi punti fissi del movimento giapponese, che vede attivi quasi solamente gruppi maschili: nonostante la comparsa di cantanti che prediligono uno stile stravagante vicino a quello del filone, come per esempio le Puffy, duetto femminile dall'estetica rock, e Kyary Pamyu Pamyu, cantante solista il cui stile si colloca tra il *dekora* e l'*oshare kei*, queste non sono oggetto dell'attenzione di riviste specializzate e non vengono classificate all'interno del genere. Inoltre, il movimento è strettamente legato ad altre manifestazioni della cultura giapponese, dal sentimento del *mono no aware* al più popolare *manga*, che rivivono più o meno intenzionalmente nel fenomeno e che non sempre dei musicisti nati e cresciuti in un contesto socio-culturale molto lontano sono in grado di cogliere e far rivivere nella propria attività. Infatti, puntando sui retaggi della tradizione che trovano spazio all'interno del *visual kei*, MIYAVI afferma che il “Jrock was original Japanese culture”:¹⁹³ una visione sicuramente estremizzata del fenomeno che tiene troppo poco conto delle influenze del rock occidentale, senza il quale il movimento non avrebbe visto la luce. Tuttavia, non si può negare

¹⁹² PFEIFLE, “Exposing the underground...”, cit., p. 76; PFEIFLE, Megan, “Globalizing Visual Kei: Musician Interview Excerpts”, *JaME*, 9 luglio 2011, <http://www.jame-world.com/us/articles-75954-globalizing-visual-kei-musician-interview-excerpts-.html> (data ultimo accesso: 11 marzo 2013).

¹⁹³ PFEIFLE, “Exposing the underground...”, cit. p. 76.; PFEIFLE, Megan, “Globalizing Visual Kei: Investigating...”, cit.

il legame intrinseco con la cultura giapponese e Isshi, vocalist dei Kagrra,, commenta: “Originally wearing makeup and costumes was an influence drawn from American rock bands. Then we interpreted that American culture into our own, [creating] visual kei.”.¹⁹⁴ Questa affermazione appare molto equilibrata e dà il giusto peso non solo al mondo del rock americano come fonte di ispirazione, ma anche alla rielaborazione in chiave giapponese che portò al distacco rispetto alle varie tradizioni occidentali. Al contrario, ShuU, membro dei girugämesh, non pone nessuna sulla giapponesità del movimento, citando come unica radice del fenomeno il glam rock americano, e afferma che “Visual kei started from bands such as KISS and Marilyn Manson’s glam rock make-up influence. When people start calling bands in other countries ‘visual kei,’ it becomes very difficult to distinguish.”.¹⁹⁵ Nonostante la sua interpretazione del *visual kei* veda preponderante l’influenza occidentale, il musicista sembra sottintendere che questa etichetta dovrebbe essere riservata ad artisti giapponesi, se non altro per evitare i dibattiti che naturalmente sorgono vista la genericità della sua definizione. Nonostante molti artisti giapponesi reclamino dunque l’originalità del fenomeno, pur riconoscendone le radici in parte straniere, i fan orientali si dimostrano aperti nei confronti dei gruppi stranieri, accogliendo di buon grado anche artisti occidentali che si ispirano al fenomeno. Jimi Aoma, musicista americano ex bassista del gruppo *visual kei* giapponese Chemical Picture, racconta che la stragrande maggioranza delle critiche da lui ricevute per il fatto di essere straniero erano da parte di fan occidentali del genere: “The vast majority of criticism I received was from Western people. They said I was ugly, they said I was an idiot or a jerk, they were all-in-all highly against the idea of a non-Japanese in a Japanese band. [...] In three years I only had one Japanese person say anything even remotely mean.”.¹⁹⁶ A confermare l’esperienza di Jimi Aoma, Megan Pfeifle propone un dato molto significativo tratto dal sondaggio da lei svolto per il sito JaME: solo il 53% dei fan del genere si dichiara disposto ad ascoltare un gruppo *visual kei* non giapponese e, tra il restante 47% si trovano utenti che hanno espresso pareri molto forti a riguardo, tra cui è esemplificativo quello di un sostenitore italiano che sostiene che “Visual kei is Japanese. These Western bands posing as visual kei are just ridiculous”.¹⁹⁷ Il diverso approccio tra sostenitori giapponesi e stranieri di questo movimento può trovare spiegazione nel fatto che i primi potrebbero vedere in questa espansione all’estero una legittimazione artistica per uno dei pochi filoni musicali autoctoni, mentre i secondi vedono minacciata l’esoticità che rende il *visual kei* così affascinante ai loro occhi. La questione rimane aperta e non sembra possibile raggiungere una soluzione. Tuttavia,

¹⁹⁴ PFEIFLE, “Exposing the underground...”, cit. pp. 76-77.; PFEIFLE, “Globalizing Visual Kei: Investigating...”, cit.

¹⁹⁵ Ibid.

¹⁹⁶ PFEIFLE, Megan, “Globalizing Visual Kei: Interview with Jimi Aoma”, *JaME*, 25 giugno 2011, <http://www.jame-world.com/us/articles-75869-globalizing-visual-kei-interview-with-jimi-aoma.html> (data ultimo accesso: 11 marzo 2013); PFEIFLE, “Exposing the underground...”, cit., pp. 78-79.

¹⁹⁷ PFEIFLE, “Globalizing Visual Kei: Interview with...”, cit.; PFEIFLE, “Exposing the underground...”, cit., pp. 78.

è possibile affermare che il *visual kei* è un movimento giapponese in quanto nato e sviluppatosi in quel contesto socio-culturale, il che non esclude la possibilità di espansione dell'etichetta a inglobare band straniere che presentano un'estetica conforme a quella dei musicisti “originali” del filone, appellandosi anche in questo caso al concetto di percezione.

2.2.3.2.5 Le basi per l'espansione verso l'occidente

Le band *visual kei* non rappresentano gli unici esempi di successo all'estero da parte di artisti giapponesi. In *Nihonjin ātisuto no kaigai tenkai ni kansuru kōsatsu* 日本人アーティストの海外展開に関する考察 (Riflessione riguardo all'espansione all'estero degli artisti giapponesi), Katō Ayako illustra la storia dell'espansione verso l'America dell'attività di alcuni musicisti: a cominciare dal primo million seller globale *Ue wo muite arukō* 上を向いて歩こう (Camminiamo guardando verso l'alto) di Sakamoto Kyū del 1963, passando l'album *YAZAWA* di Yazawa Eikichi, pubblicato in tutto il mondo nel 1981, fino ad arrivare ai successi degli anni novanta, con gli Orquesta de La Luz al primo posto della classifica della rivista americana *Billboard* per ben undici settimane.¹⁹⁸ La storia della musica giapponese oltreoceano si estende anche al mondo di hard rock e heavy metal, ottenendo risultati degni di nota con i BOW WOW, i quali, oltre a pubblicare svariati dischi all'estero, si esibirono ai concerti giapponesi di band del calibro dei KISS e Aerosmith, e gli Shōnen Knife, che intrapresero una frenetica attività concertistica negli Stati Uniti, suonando anche con i NIRVANA.¹⁹⁹ Ovviamente, non tutti coloro che intrapresero la carriera internazionale hanno avuto successo: è il caso di artisti come i DREAMS COME TRUE, million seller in patria, e l'*idol* Matsuda Seiko che, nonostante la popolarità in Giappone, non ebbero risultati degni di nota all'estero.²⁰⁰ Nonostante l'attività all'estero sia stata perseguita a volte con ottimi risultati da svariati artisti, tra questi non si osserva l'appartenenza a un genere specifico: come evidenzia Katō, hanno trovato il successo musicisti appartenenti a una vasta gamma di sound diversi, dal *kayōkyoku* al rock. L'unico punto in comune tra le produzioni internazionali è stato l'utilizzo della lingua inglese. Infatti, tutti gli esempi sopracitati sono stati commercializzati in due versioni: la giapponese all'interno del Paese, l'inglese al di fuori. Come se non bastasse, non sono sporadici i casi in cui gli artisti giapponesi si siano affidati a produttori e arrangiatori americani per avvicinare il proprio prodotto ai gusti e agli standard di sound e performance degli Stati occidentali. Come Katō Ayako

¹⁹⁸ KATŌ, “Nihonjin ātisuto no...”, cit., pp. 79-80.

¹⁹⁹ Ibid; PFEIFLE, “Globalizing Visual Kei: The Rise of Visual Kei - North, Central and South America”, cit.

²⁰⁰ KATŌ, “Nihonjin ātisuto no...”, cit., pp. 80-81.

sottolinea, si riteneva che il giapponese dei testi delle canzoni rappresentasse una barriera linguistica d'intralcio all'apprezzamento della musica autoctona nel mercato estero.²⁰¹ Questo complesso nei confronti della propria lingua, simile a quello che vedeva mettere in secondo piano le band del *japameta*, si è protratto fino a tempi recenti, infatti nel 2007 Max Hole, Responsabile di marketing internazionale, Vicepresidente esecutivo e Responsabile dell'area Asiatica e del Pacifico della Universal Music Group afferma: “Parlando di artisti giapponesi, penso che sia impossibile far fare successo all'estero ad un musicista con una canzone in giapponese”.²⁰² Lo stesso YOSHIKI, in una conversazione con Ichikawa Tetsushi riportata nel testo *Sayonara “vijuaru kei”*, ammise che il vero motivo per cui gli X non si cimentarono in attività internazionali nonostante un contratto sotto l'americana Atlantic Records è da ricercarsi proprio nelle questioni linguistiche: sentì di non avere buone speranze di riuscita a causa dei problemi di pronuncia inglese del vocalist TOSHI e spiegò di aver stretto un accordo con questa casa discografica nella speranza che la vita negli Stati Uniti avrebbe potuto risolvere il problema.²⁰³ A conferma di questo fatto si può osservare come, dopo il riavvio delle attività del gruppo nel 2007 con una forte apertura verso l'estero, tutte le loro produzioni furono scritte totalmente in lingua inglese, a cominciare da *I.V.* Una delle pochissime eccezioni a questa strategia di marketing che condanna l'utilizzo del giapponese, è rappresentata da Utada Hikaru, una delle cantanti di maggiore rilievo del panorama del J-pop, che il più delle volte mantenne il mix di giapponese e inglese anche nelle versioni CD destinate ai Paesi anglofoni. Anche se, come è puntualizzato in *Nihonjin ātisuto no kaigai tenkai ni kansuru kōsatsu*, questa artista è cresciuta negli Stati Uniti e presenta delle caratteristiche vocali e musicali abbastanza lontane da quelle giapponesi, che rendono il suo prodotto più appetibile al pubblico occidentale, il suo indubbio successo all'estero diede prova della possibilità di ottenere buoni risultati anche senza ricorrere forzatamente alla lingua inglese. È vero che l'attività giapponese non *visual kei* al di fuori del Paese rimane superiore rispetto a quella del movimento in questione,²⁰⁴ in particolare a causa della natura trasgressiva che ne ostacola la larga accettazione, ma bisogna sottolineare che il ruolo che il *visual kei* ha giocato nell'espansione della musica giapponese all'estero fu particolarmente importante: esso non solo rappresenta il primo e unico esempio di un movimento musicale tipicamente nipponico riconosciuto al di fuori del Paese, ma, nella maggioranza dei casi, non si assiste neanche a tentativi di perfezionamento musicale o estetico al fine di rendere il prodotto più vicino ai gusti del pubblico straniero. Le canzoni, in cui il giapponese fa da padrone, vengono calate

²⁰¹ KATŌ, “Nihonjin ātisuto no...”, cit., p. 81.

²⁰² Ibid.

²⁰³ ICHIKAWA Tetsushi, *Sayonara “vijuaru kei” ~kurenai ni somatta SLAVE tachi ni sasagu~* (Addio, “visual kei” ~ Dedicato agli SLAVE dipinti di rosso~), Tōkyō, Takeshobō bunko, 2008, pp.42-43.

²⁰⁴ PFEIFLE, “Globalizing Visual Kei: The Rise of Visual Kei - North, Central and South America”, cit.

nel contesto internazionale senza modifiche, presentando gli stessi identici pezzi sia in Giappone che all'estero. È anche grazie all'attività e ai successi di questi artisti che ci si sta avviando lentamente verso la liberazione dal complesso di inferiorità riguardo alla propria lingua e alla tradizione musicale autoctona: nel 2008 Ōishi Masahiro, rappresentante della Maveric DC Group, casa discografica che fa capo a molti artisti anche *visual kei*, afferma che “cantare in giapponese fa figo, è *cool*... Questo è quello che si dice ‘*Japan Cool*’”.²⁰⁵

Ma perché proprio il *visual kei* è riuscito a portare un movimento tipicamente giapponese all'estero? Al fine di dare una spiegazione a questa domanda, Kashiwagi individua in tre punti fondamentali le ragioni per cui il fenomeno si è esteso anche al di fuori del Paese: lo stretto legame con gli *anime* e i *manga*, la diffusione di internet e il suo rientrare nel concetto di *pop-culture*.²⁰⁶ Infatti, a partire dal 2000, *anime* e *manga* hanno visto crescere la loro popolarità in occidente, divenendo il punto di partenza per la nascita di una forte curiosità nelle varie forme di cultura popolare giapponese, compreso l'ambito musicale. Il *visual kei*, che grazie alla sua natura fortemente eccentrica e surreale appare particolarmente affine ai gusti e agli interessi dei fan del fumetto giapponese, vide la nascita di un *fanbase* in graduale aumento, spinto anche dalla nascita non solo di *manga* ispirati ad artisti del movimento, come verrà esaminato successivamente, ma anche da collaborazioni che vedono varie sigle di *anime* firmate da band di questo filone: tra tutte, è degna di nota *The world* (ottobre 2006) dei Nightmare, chiusura del celebre *Death Note* di Obata Takeshi e Ōba Tsugumi, *anime* che ha conquistato un pubblico vastissimo in tutto il mondo. Un secondo punto di contatto tra le due tradizioni è da ricercarsi nei frequenti inviti rivolti a gruppi *visual kei* a tenere dei concerti nelle *manga convention*. L'apertura di questi eventi alle band giapponesi è stata di grande aiuto a questa corrente rock autoctona, in quanto ha dato la possibilità agli artisti di allargare il proprio nascente *fanbase* e di intraprendere la strada verso l'internazionalità a rischi ridotti, dato che esibirsi durante uno di questi festival garantisce un numero di spettatori sufficiente a non andare incontro a gravi perdite. D'altra parte, questo legame creatosi in modo preponderante nel continente americano, dove il 21% dei concerti *visual kei* sono tenuti durante le *convention* di *anime* e *manga* contro l'1% dell'Europa, ha sfavorito l'espansione del movimento alla scena musicale generale, condannandolo a rivolgersi sempre a un pubblico limitato alla fascia di popolazione già interessata al Giappone.²⁰⁷ Ne consegue che l'esibizione alle *convention* di *anime* e *manga* sono da interpretarsi come una buona soluzione per una band alla sua prima affermazione

²⁰⁵ KATŌ, “Nihonjin ātisuto no...”, cit., p. 81.

²⁰⁶ Ibid., p. 96.

²⁰⁷ PFEIFLE, “Exposing the underground...”, cit., p.83; PFEIFLE, Megan, “Globalizing Visual Kei: Visual Kei and Anime”, *JaME*, 16 luglio 2011; <http://www.jame-world.com/us/articles-76283-globalizing-visual-kei-visual-kei-and-anime.html> (data ultimo accesso: 11 marzo 2013).

sul mercato internazionale, ma non dovrebbe essere intesa come un veicolo su cui costruire la propria attività all'estero, in quanto non offre nessuna possibilità di estensione del *fandom* a un pubblico generico. Al contrario, come emerge dalle parole di Toshiya, bassista della band ex *visual kei* Dir en Grey, in occasione di un'intervista a *The Japan Times*, "It would be easy to ride the crest of that wave, but waves tend to wipe out pretty fast. [...] Once you perform at one of those Japan Expo-type events, it creates an image of your band that's hard to brush off".²⁰⁸ Legarsi al mondo del *manga* e dell'*anime* crea agli occhi dei fan del rock occidentale un'immagine di superficialità e commercialità difficilmente accettata nell'ambiente.

Nonostante i picchi dell'attività *visual kei* all'estero corrispondano al boom dell'animazione giapponese, Pfeifle pone l'accento su un interessante dato ottenuto tramite il sondaggio da lei svolto per il sito *JaME*: "Anime has helped grow the visual kei fandom, but to a minimal extent: only 20% of fans worldwide reported that they learned of visual kei through anime and videogames. The other major contributors are friends who liked visual kei (23%), the internet (28%) and other Japanese music (9%)."²⁰⁹ Gli *anime*, e di conseguenza il *manga*, sono dunque al terzo posto come veicolo per la scoperta del *visual kei*, superati dalle informazioni acquisite dai conoscenti (che non è chiaro come si siano avvicinati a questo movimento) e internet. Quest'ultimo è senza ombra di dubbio il vero e proprio motore dell'espansione del *visual kei* all'estero: questo media ha cambiato radicalmente i modi e tempi dell'informazione e, con la sua diffusione, ha reso il mondo alla portata di un click. Senza internet, sarebbe stato molto difficile, se non impossibile, per dei ragazzi occidentali scoprire e approcciare ambiti della cultura giapponese che, come il movimento in questione, non sono stati oggetto dell'attenzione dei media locali, soprattutto se si pensa che alcune delle band che hanno avviato le attività oltre oceano, come ad esempio i Versailles e gli Ayabie, non avevano ancora alle spalle un contratto sotto major, e, di conseguenza, non avrebbero avuto un budget promozionale tale da far arrivare la loro fama così lontano. In modo particolare, il *visual kei* ottenne un grandissimo vantaggio dalla diffusione di internet poiché molti dei fan iniziarono a seguire il filone non per il sound, come avverrebbe solitamente nel caso di altri generi musicali, ma per una questione di estetica ben evidenziata da diversi siti web specifici:²¹⁰ avere a disposizione un media globale che, tramite per esempio *Youtube* e *Myspace*, unisce l'elemento visivo e quello musicale, e quindi i due punti cardine del movimento, ha favorito il processo di formazione di un maggiore *fanbase*. Consci del potenziale di questo canale di informazione, gli artisti del *visual kei*, già a partire dal periodo indie, hanno puntato molto su internet, tramite la creazione di siti ufficiali

²⁰⁸ WAYNE, "Taking J-rock values...", cit..

²⁰⁹ PFEIFLE, "Exposing the underground...", cit., p. 83.

²¹⁰ KOIZUMI, SUZUKI, "Vijuaru kei kosupure...", cit., pp. 61-63.

con le ultime notizie, sample delle nuove canzoni, foto e profili dei membri, blog tramite cui i fan possono entrare in contatto con i musicisti e, in modo particolare, canali di Youtube dove caricare i video musicali, probabilmente il punto cruciale della produzione di una band *visual kei* data la compresenza di musica, estetica e teatralità. Anche Katō Ayako, che in *Nihonjin ātisuto no kaigai tenkai ni kansuru kōsatsu* basa l'analisi dell'espansione del fenomeno all'estero sul *case study* della band Versailles, individua in questo ampio uso della rete la condizione indispensabile per il successo del movimento all'estero.²¹¹ Precedentemente alla diffusione di internet, per trovare delle band che rispondessero ai loro gusti, i fan del genere non avevano altra scelta che acquistare le riviste specializzate per osservare le varie estetiche proposte dai nuovi gruppi, e i CD per analizzarne il sound: non solo questo processo richiedeva un notevole dispendio di tempo e denaro, ma non poteva neanche dare la possibilità agli aspiranti fan di avere una visione complessiva della scena *visual kei* del momento, in quanto lo spazio a disposizione nelle varie pubblicazioni e il budget per la promozione e distribuzione di molte case discografiche indipendenti era limitato.²¹² Se anche per gli adolescenti giapponesi approcciarsi alla scena *visual kei* risultava piuttosto laborioso, lo sarebbe stato ancora di più per degli stranieri: gli alti costi di spedizione per riviste e dischi dal Giappone agli Stati occidentali arriva a raddoppiare il prezzo effettivo della merce. È dunque evidente che senza l'avvento di internet non si sarebbe potuto pensare a una “globalizzazione” del fenomeno, ma è altrettanto chiaro che la vastità del canale d'informazione in questione rende alquanto improbabile una scoperta casuale. La rete può essere interpretata come il mezzo con il quale soddisfare un interesse sempre maggiore nei confronti del Giappone, scaturito in una parte della popolazione mondiale a seguito della trasmissione degli *anime* giapponesi a livello globale, della generale tendenza alla curiosità verso le culture “esotiche” e della crescente attenzione alle varie forme di cultura popolare dei vari Paesi.

È proprio l'interesse nella *pop-culture* l'ultimo degli elementi chiave individuati da Kashiwagi. Lo studioso, che per un periodo ha vissuto in Germania, evidenzia come secondo gli esperti di cultura tedesca si sia superata la fase post-moderna per entrare nell'“era delle *pop-culture*”, in cui sono proprio queste varie manifestazioni delle società contemporanee a trovarsi al centro dell'attenzione accademica e non.²¹³ Infatti, nella percezione del fenomeno da parte della rivista tedesca *J-BEAT – Japanese Pop Rock Magazine*, il *visual kei* appare come qualcosa che va al di là della semplice categorizzazione musicale, sfociando in una vera e propria estetica simbolo di una cultura giovanile, allo stesso modo della moda *gothic lolita*, anch'essa nata in Giappone: “in

²¹¹ KATŌ, “Nihonjin ātisuto no...”, cit., p. 81.

²¹² KOIZUMI, SUZUKI, “Vijuaru kei kosupure...”, cit., pp. 61-63.

²¹³ KASHIWAGI, “Poppu karuchā to shite...”, cit., p. 96.

altre parole, il *visual kei* non si limita a espandersi nel mondo in quanto musica, ma si sta diffondendo in quanto moda e stile”.²¹⁴ A confermare l'assimilazione del movimento non solo come genere rock, ma anche come subcultura si può osservare la crescente tendenza al fenomeno tipicamente giapponese del *visual kei cosplay*, una caratteristica tipica delle fan giapponesi, adolescenti e non. Inoltre, Kashiwagi, analizzando la pagina di Wikipedia tedesca dedicata al genere, evidenzia come l'attenzione non sia mai rivolta ad aspetti musicali, quanto più a fattori estetici e culturali, spaziando da una embrionale analisi delle questioni di *gender* a esso legate, al tentativo di dare una spiegazione alla sua nascita, citando come possibile teoria quella della ribellione a un sistema educativo molto rigido e severo. Il *visual kei* ha potuto dunque varcare i confini del Paese anche grazie all'attrazione culturale da esso esercitata, per cui la popolazione occidentale vede un *life style* sottoculturale completamente diverso rispetto a quelli comunemente presenti nel proprio contesto quotidiano, che attrae una forte curiosità nei suoi confronti. Non a caso, come Kashiwagi stesso afferma, i leader dell'attività di questi artisti in Europa sono Germania e Francia, due dei paesi in assoluto più sensibili al fascino delle *pop-culture*.

2.2.3.3 *Neo visual kei*: mainstream o ancora underground?

Nonostante i chiari segnali di rinascita del genere, Megan Pfeifel in *Exposing the underground: the Japanese culture of visual kei* mette in dubbio la reale portata di questo genere nel mainstream giapponese, dedicando a questa problematica un intero paragrafo della sua pubblicazione. Innanzitutto, citando *Making Music in Japan's Underground* di Jennifer Millioto Matsue, Pfeifel evidenzia come il termine “popolare” possa essere applicato sia alle realtà musicali mainstream sia a quelle underground, ma con una sfumatura di significato diversa:

The term 'popularity' can be a trait for both mainstream and indie music styles, but it is important to understand the distinct difference: “In a basic sense, the term 'popular' has often been used to refer to music that is, indeed, popular, meaning it is consumed in great quantities and enjoys a large following. In essence then, popular music may be labeled as such simply because it is mass-produced, disseminated and consumed.... In the case of underground scenes, for example, music may be considered popular for aesthetic reasons, while generating limited followings.”²¹⁵

²¹⁴ Ibid., p. 97.

²¹⁵ PFEIFLE, “Exposing the underground....”, cit., p. 80.

Appare dunque chiaro che “underground” e “popolare” non sono due etichette che si escludono a vicenda: essere etichettati come musica popolare non significa dunque essere entrati nel mainstream. Infatti, il termine “popular” ricorrente nella citazione proposta da Megan Pfeifle non indica la “fama”, quanto la *popular music*, cioè un macro-genere all’interno del quale rientrano tutte quelle forme di sound che non figurano nel folk e nella musica “alta” (classica e tradizionale). Guardando alla versione integrale del testo citato da Pfeifle, se ne ha la conferma:

In essence then, popular music may be labeled as such simply because it is mass-produced, disseminated, and consumed. But popular music may also be categorized by its aesthetic qualities, even when artists who perform in a popular vernacular enjoy limited recognition and sales. Popular genres may also be defined by corporations looking to place recordings in the most likely bins at record shops or lists on I-tunes to attract potential consumers. Often popular musics are thus defined by what they are not. In other words, popular is popular when it is not “traditional,” “folk,” nor “art” music, again in an attempt to find the appropriate niche market.

For the purpose of understanding the process of ethnography here, popular music can be understood as typically associated with urban locations, involving certain qualities of musical construction and performance practice that assist in classifying the music as popular within its local cultural context. Popular music in this local context typically belongs to a historical, at times transnational, trajectory of other so-called popular musics. This music is, indeed, often mass-produced and consumed, a standard qualifier of popular genres in various cultural contexts, but this is not always so. In the case of underground scenes, for example, musics may be considered popular for aesthetic reasons, while generating limited followings. Thus, although some music can easily be labeled popular with little debate, in other cases the ethnographer herself must differentiate and classify the music under research, considering both the objectives of the project at hand, and the local conceptions of the music in question.²¹⁶

Da quanto si evince da questo estratto da *Making Music in Japan's Underground*, il concetto di “popolare” è strettamente legato al contesto socio-culturale in cui uno specifico genere musicale si sviluppa. La musica popolare è pensata, creata e fruita dalla popolazione media, dunque vicina ai suoi gusti e valori: proprio questa vicinanza fa sì che molti dei generi che vi sono ricondotti siano considerati commerciali e “mainstream”, e perciò prodotti e consumati in massa. Questo fattore dà una risposta a una delle puntualizzazioni che Pfeifel propone in questo paragrafo della sua ricerca: “X Japan, a pioneer artist of visual kei, is currently a band under EMI and considered by many fans

²¹⁶ MILLIOTO MATSUE, Jennifer, *Making Music in Japan's Underground*, Londra e New York, Routledge, 2009, pp.11-12.

and organizations as mainstream, yet they are still unknown to many western audiences.”²¹⁷ Questa band è nata in un contesto culturale molto lontano da quello occidentale, creando indubbiamente delle incomprensioni non solo linguistiche, ma anche culturali, che fanno sì che non possa essere apprezzata e riconosciuta nella stessa misura in tutto il mondo. Inoltre, le band *visual kei* non hanno mai trovato spazio nei media internazionali come artisti, poiché è diffusa la tendenza a parlare del fenomeno esclusivamente come sottocultura, simbolo della ribellione giovanile e dell'esoticità di un Paese così lontano. Ne deriva che, nonostante i recenti sforzi degli artisti per allargare le proprie attività anche all'occidente, la loro fama resta strettamente collegata a quella parte di popolazione che ha interesse nel Giappone, in particolare nel mondo del *manga*. Mettere in dubbio il fatto che gli X siano mainstream, portando come motivazione la loro scarsa fama in occidente, appare inappropriato. Infatti, facendo riferimento al vocabolario monolingua Oxford, mainstream significa “the ideas, attitudes, or activities that are shared by most people and regarded as normal or conventional”, quindi è un concetto strettamente collegato a un contesto socio-culturale specifico e non è possibile pensare a un “mainstream globale”. L'essere o meno mainstream del *visual kei* va analizzato principalmente nel contesto dove è nato e si è sviluppato: il Giappone. Come si è visto analizzando il primo boom del fenomeno, gli artisti del *visual kei* hanno ottenuto un successo tale che non può esserne messa in dubbio la partecipazione alla scena musicale di massa giapponese degli anni Novanta.

Nella stessa pubblicazione, Pfeifle puntualizza la distinzione tra “indie” e “major”, dove “indie” è una abbreviazione che sta per “independent”, e si riferisce dunque a band che non svolgono le loro attività sotto una grande casa discografica, mentre “major” indica appunto le importanti etichette dell'industria musicale.²¹⁸ Come la ricercatrice evidenzia, all'interno della scena indie si possono osservare realtà molto diverse tra loro, trovando band con un seguito di fan esiguo e altre che vantano dei numeri di spettatori vicini a quelli di grandi gruppi. Lo scritto prosegue:

The assumption is often made by fans that “going major” and “going mainstream” are synonymous; this is incorrect. It is possible for an indie artist to be also considered a “major” artist and vice versa; sometimes the lines are blurred. In some cases, “major” artists are merely musicians who have signed onto a label which may work with both major artists and independents. For example, the visual kei record label PS Company, Co, Ltd. Has two versions: Indie-PSC, for the indie artists, and the PS Company, home to its major artists. Further, these artists may still be classified as “indie” but have outgrown the term by having a much larger following than an average indie band, as well selling more music. A

²¹⁷ PFEIFLE, “Exposing the underground....”, cit., p. 80.

²¹⁸ PFEIFLE, “Exposing the underground....”, cit., p. 80.

band can be considered mainstream when they are heavily commercialized via radio or television, or signed onto a mainstream music label such as Sony Music Entertainment or Electric and Musical Industries Ltd. (“EMI”), yet this distinction is still debatable.²¹⁹

È indubbiamente comune tra i fan la confusione tra “major” e “mainstream”, ma, come afferma Pfeifle, i due termini non sono sinonimi: firmare un contratto con una casa discografica major significa disporre di un capitale maggiore da impiegare nella promozione e nella distribuzione delle proprie produzioni, aumentando così le possibilità di entrare nel mainstream, in quella corrente che domina la scena musicale del Paese. Nella maggior parte dei casi, il passaggio alle grandi etichette di produzione comporta un consistente aumento della popolarità e dei fan della band, ma non sempre questo è sufficiente a entrare nel mainstream. Anche se in casi limitati, come evidenzia l'autrice, alcune band indie possono raggiungere un successo che le porta a scavalcare artisti sostenuti dalle major, ottenendo l'approvazione dei media e del grande pubblico, ed entrando così a far parte scena principale. Tuttavia, non è corretto affermare che “It is possible for an indie artist to be also considered a 'major' artist and vice versa”: indie e major sono termini che fanno riferimento alla precisa situazione contrattuale di un artista sotto case discografiche rispettivamente minori e maggiori. Essendo un dato oggettivo, non è assolutamente possibile considerare major una band che è legata da un contratto con un'etichetta indipendente. Può essere considerata mainstream se raggiunge il favore delle masse, ma non potrà avvalersi dell'appellativo di “major” fino al momento in cui non farà un passaggio di agenzia. Anche per quanto riguarda l'esempio di etichetta avente una branchia per artisti indie e una per i major, come la PS Company, i due ambiti non si incrociano: nonostante la casa discografica sia la stessa, il trattamento, la produzione e la distribuzione differiscono sensibilmente in base al tipo di contratto stipulato. È dunque corretto evidenziare che ottenere l'appoggio di una grande casa di produzione non è significa entrare automaticamente in quello che è il mainstream musicale di quel momento, fermo restando che la maggiore capacità di produzione e distribuzione del prodotto musicale aiuta in maniera sostanziale il processo di conquista del pubblico, ma è altrettanto importante aver chiaro che il mondo “major” e “indie” sono due realtà oggettivamente e rigidamente distinte.

Inoltre, *Exposing the underground: the Japanese culture of visual kei* sottolinea che la grandezza delle arene in cui si tengono alcuni concerti di *visual kei*, portando l'esempio dei the GazettE, non riflette l'effettivo seguito ottenuto dal movimento. A supporto di questa affermazione, viene citata l'intervista che Megan Pfeifle ha fatto nel 2011 a Jimi Aoma, ex bassista dei Chemical Pictures, band *visual kei* fondata nel 2005 e in attività fino al 2012 sotto l'etichetta indie Flow Music

²¹⁹ Ibid.

Entertainment, il quale afferma: “At regular events... you get maybe 30 or 40 people. The more popular bands will do upwards of 60 or so. A few years ago it wasn't uncommon for one band to get 100 people in there.... I think that's why for a while bands were so eager to go play gigs overseas, because it has been becoming so hard to pack a live house.”.²²⁰ Pfeifle esamina poi il sistema di conteggio delle vendite utilizzato dalle classifiche giapponesi, prima tra tutte la *Oricon*, evidenziando come il raggiungimento delle top ten non rispecchi fedelmente il livello di popolarità di un gruppo: conscie della mania del collezionismo di molti fan giapponesi, le case di produzione puntano a pubblicare lo stesso CD in varie edizioni con contenuti speciali diversi per ciascuna, facendo sì che una produzione di questo tipo superi come numero di copie vendute altre che vengono commercializzate in un'unica versione. Pfeifle evidenzia dunque quanto la portata del fenomeno del *visual kei* sia fraintesa, soprattutto dai fan stranieri che, essendo parte di una comunità virtuale via internet, non hanno coscienza di quale sia la situazione reale in Giappone: secondo Pfeifle, allo stato attuale, il fenomeno appare dunque lungi dall'essere mainstream. Tuttavia, pur essendo vero che moltissime band appartenenti a questo filone non si esibiscono in arene dalla capienza del Tōkyō Dome, e hanno difficoltà a riempire piccole live house come la Urawa Narciss 浦和ナルシス che ha una capienza di soli 250 spettatori, è importante distinguere la realtà indie da quella della major, e in quest'ultimo caso, è necessario tener conto della dimensione della casa discografica. Non solo nel *visual kei*, ma anche nella scena indie di tutti i generi musicali, gli artisti devono scontrarsi inevitabilmente con il problema di un seguito esiguo, dovuto anche all'impossibilità di farsi conoscere visto il limitatissimo budget messo a disposizione dalle case discografiche di questo tipo: sono inevitabilmente pochissimi coloro che riescono a entrare nel mainstream pur avendo un contratto con un'etichetta indipendente. Il discorso cambia nel momento in cui si guarda alla scena major del *visual kei*: quasi tutti i gruppi si esibiscono regolarmente al Nippon Budōkan, attirando un numero di spettatori che mediamente si aggira intorno alle 10.000 persone. Inoltre, anche se le considerazioni sull'industria discografica giapponese e il sistema di conteggio delle vendite adottato dalla classifica *Oricon* sono corrette, non bisogna dimenticare che la tendenza alla produzione di dischi in svariate versioni non è propria del *visual kei*, ma di quasi tutto il panorama musicale giapponese, dagli *idol* al J-pop: anche i generi di cui nessuno mette in dubbio l'essere mainstream, si servono dello stratagemma delle versioni limitate in modo da aumentare le possibilità di raggiungere la vetta della classifica. La corsa alla *Oricon* appare dunque come una lotta ad armi pari, e sono solo sporadici i casi in cui qualche artista risulti effettivamente svantaggiato da questo sistema.

²²⁰ PFEIFLE, “Exposing the underground...”, cit., p. 81.

Se per “mainstream” si intende un'unica corrente che domina la scena musicale di un Paese, il *neo visual kei* deve essere escluso in quanto non dimostra di avere i mezzi per concorrere con le branche più commerciali del J-pop: il look trasgressivo e provocatorio presentato dagli artisti, nonché il sound talvolta molto aggressivo, trovano e troveranno sempre delle resistenze fra il grande pubblico, problematica con cui quasi non si scontrano artisti di musica pop. Tuttavia, appare più appropriato considerare il mainstream come un insieme di movimenti che, incontrando il gusto e il favore di una consistente fetta di pubblico, animano il mondo musicale di uno specifico contesto storico-culturale. Come afferma Morigawa Takuo in *Vijuaru kei no keifu*, nelle mode e nei consumi degli anni Ottanta “si assiste a un peculiare 'cambiamento dal maggiore al minore': l'era dei consumi di massa in cui la popolazione si concentrava nel conformarsi alla tendenza dominante del momento, lascia posto all'"epoca del *life style*', incentrato sulla propria individualità, i propri gusti e attitudini personali”, portando così alla nascita di prodotti di nicchia.²²¹ Ne deriva l'impossibilità di individuare una corrente unica che domina un intero settore, compreso quello musicale. È difficile giudicare dall'estero in che misura il *neo visual kei* concorre alla formazione del mainstream giapponese, ma, a giudicare dai recenti successi dei maggiori esponenti di questo movimento, è possibile affermare che è molto vicino a esserne parte integrante, anche se, allo stato attuale, non può essere considerato come la sua corrente principale. D'altra parte, non è possibile considerare underground degli artisti che arrivano a raggiungere traguardi importanti quali la top ten della classifica *Oricon*, arene di grande portata quali il Nippon Budōkan e il Tōkyō Dome, e l'apparizione al *Kōhaku uta gassen*.

²²¹ MORIGAWA, “Vijuaru kei no keifu...”, cit., p. 72.

3. IL GENDER NEL VISUAL KEI

La società moderna presenta una moltitudine di paradigmi identitari maschili, femminili e transgender, anche grazie alla nascita di numerosissime sottoculture, ciascuna avente un proprio insieme di valori, comportamenti, estetiche e rappresentazioni. Questa varietà ha reso inadeguata la suddivisione sulla base del sesso biologico degli individui e ha spinto i sociologi a riconsiderare i tradizionali parametri di concezione di uomo e donna: in risposta alla necessità di nuove linee guida per la definizione delle identità, nascono i *gender studies*, una branca della sociologia relativamente giovane, nata negli anni Sessanta, che si propone di analizzare i vari modelli identitari andando oltre all'opposizione binaria di carattere biologico all'origine della distinzione tra uomo e donna, dando molto peso alle rappresentazioni, ai linguaggi e ai comportamenti che, uniti al sesso biologico, danno vita a forme sempre nuove di espressione di femminilità, virilità e androginia. Il *gender* dunque non è qualcosa che l'individuo ottiene naturalmente alla nascita, quanto più "an achieved status: that which is constructed through psychological, cultural, and social means",²²² solitamente slegato dalle inclinazioni sessuali, in cui il singolo è un soggetto attivo, libero di avvicinarsi a uno dei tanti modelli proposti dalla società contemporanea sulla base delle sue attitudini personali.²²³ Le identità di genere sono dunque strettamente legate al contesto socio-culturale e, in modo particolare, alle realtà sottoculturali che continuano a proporre nuovi modelli di identità al fine di aumentare la distanza da altri gruppi: la scena rock internazionale e, più nello specifico, quella *visual kei* non fanno eccezione. In particolare, quest'ultima corrente propone dei modelli maschili molto innovativi che, nella loro costruzione, attingono anche a quella che tradizionalmente viene considerata la sfera femminile: analizzare le questioni di *gender* è un passo fondamentale per la comprensione non solo del fenomeno, ma anche del successo inaspettato che lo ha portato momentaneamente a conquistare i gusti di una consistente fetta di pubblico.

3.1 IL MASCHILISMO NEL MONDO DEL ROCK ANNI SETTANTA E OTTANTA

Nell'affrontare le questioni di *gender* nel *visual kei* nei saggi *Constructing Male Aesthetics in Rock and Makeup* e in *Visual kei to jendā*, Inoue Takako propone un'escursione sulle rappresentazioni di mascolinità nel mondo del rock internazionale. Come sottolineano Leonard e Martin, il rock è un genere che non ha dei confini precisi, ed è venuto a inglobare una moltitudine di sound e tendenze

²²² WEST, Candace, ZIMMERMAN, Don H., "Doing gender", *Gender and Society*, Vol. 1, No. 2., Giugno 1997, p. 125.

²²³ WEST, ZIMMERMAN, "Doing gender", cit.

tale da rendere impossibile un discorso generalizzato per questa scena musicale, che tuttavia, almeno fino alla fine del Novecento, viene descritto come “a male form, male-run, masculine and misogynist”.²²⁴ Appare dunque opportuno circoscrivere l’analisi delle rappresentazioni di genere in particolare nello hard rock e nello heavy metal degli anni Settanta e Ottanta, che Inoue ha preso come campione in quanto, come è stato analizzato in precedenza, sono i due generi occidentali da cui il *visual kei* ha attinto maggiormente per l’elaborazione del suo sound e della sua estetica. Il modello di riferimento è dunque quello comunemente conosciuto come *cock rock*, che Frith definisce come “music making in which performance is an explicit, crude, and often aggressive expression of male sexuality and [...] plays on conventional concepts of male sexuality as rampant, animalistic, superficial, and just for the moment”.²²⁵ La scena dell’hard rock è dunque incentrata sull’enfaticizzazione della figura del “macho” e del “poco di buono”: è fatta di sound pesanti e aggressivi, comportamenti irriverenti, di un largo utilizzo di strumenti elettrificati e apparecchiature elettroniche, testi violenti e trasgressivi, estetiche essenziali e in stile *bikers*, e dimostrazioni di forza durante i concerti. Basti pensare agli aggettivi utilizzati per descriverne le caratteristiche musicali e comportamentali: forte, aggressivo, rude, sfrontato, trasgressivo. Sono tutti attributi legati alla virilità, che quasi mai vengono utilizzati in riferimento a donne o a prodotti pensati per un pubblico femminile, al contrario, ne sono l’esatto opposto. Proprio per questo motivo, le donne tendono a essere escluse dall’attività nella scena rock globale: non solo sono estremamente pochi i gruppi rock composti da donne, solitamente caratterizzati da un sound pop-rock leggero e orecchiabile, ma sono anche rarissimi i casi di band miste, dove comunque la presenza femminile è solitamente limitata alla voce e alla tastiera.²²⁶ Non è una scelta casuale. La musica rock è un prodotto dello sviluppo tecnologico, in quanto i suoni forti ed esagerati da esso prodotti sono frutto dei potenti amplificatori: lo strumento musicale non richiede dunque una particolare forza fisica, fatto che potrebbe svantaggiare una ragazza, ma si fonda sull’utilizzo dei nuovi dispositivi elettronici.²²⁷ In riferimento ai saggi di Inoue, si può osservare una tendenza per la quale le donne sono state scoraggiate, almeno per tutto il Novecento, dall’entrare in contatto con la scienza e la tecnologia, considerati ambiti più adatti alle attitudini della popolazione maschile, sia a livello di

²²⁴ LEONARD, Marion, *Gender in the Music Industry – Rock, Discourse and Girl Power*, Aldershot, Ashgate, 2007, pp. 23, 25; MARTIN, Christopher R., “The Naturalized Gender Order Of Rock and Roll”, *Journal of Communication Inquiry*, vol. 19, April 1995, p. 69.

²²⁵ FRITH, Simon, MCROBBIE, Angela, “ROCK AND SEXUALITY”, in FRITH, Simon, GOODWIN, Andrew (a cura di), *On Record: Rock, Pop, & the Written Word*, New York, Routledge, 1990, pp. 319-320.

²²⁶ FRITH, MCROBBIE, “ROCK AND SEXUALITY”, cit., pp. 319, 321-325; INOUE, “Constructing Male Aesthetics...”, cit., p. 191; INOUE, “Vijuaru kei to jendā...”, cit., p. 17; LEONARD, *Gender in the Music...*, cit., p. 27-30;

MARTIN, “The Naturalized Gender...”, cit., p. 54.

²²⁷ INOUE, “Vijuaru kei to jendā...”, cit., p. 16; INOUE, “Constructing Male Aesthetics...”, cit., p. 191; LEONARD, *Gender in the Music...*, cit., p. 24.

formazione scolastica, sia nel tempo libero, e per contro spinte a dedicarsi a materie di tipo umanistico e passatempi quali ad esempio la lettura, il cucito o la cucina, ambiti in cui la presenza femminile è tutt'ora predominante.²²⁸ Questa interpretazione di Inoue, trova conferma in un passaggio di *ROCK AND SEXUALITY*, dove gli autori sottolineano il forte legame tra sesso forte e musica rock, affermando che “It is boys who become interested in rock as music, who become hi-fi experts, who hope to become musicians, technicians, or music businessmen. [...] This is another aspect of rock’s sexual ideology of collective male activity and individual female passivity”,²²⁹ ponendo dunque l’accento sulla predominanza maschile nelle attività di carattere scientifico e tecnologico. Nonostante l'utilizzo dei microfoni e, talvolta, della distorsione della voce e di tastiere elettriche, questi sono gli unici due ruoli che possono essere comunque ricondotti ad ambiti musicali aperti senza nessuna forma di discriminazione anche alle donne: il canto e il pianoforte. Inoue evidenzia inoltre che queste due posizioni possono essere considerate come secondarie per una band rock: nonostante il ruolo del *frontman* spetti al vocalist, il cuore del sound rock risiede nelle chitarre elettriche dai suoni sempre più distorti tramite l'utilizzo di apparecchiature in continua evoluzione, e nella batteria, il cui suono forte e martellante è simbolo della forza fisica.²³⁰ È evidente dunque che, anche negli sporadici casi in cui si osserva una presenza femminile, il fulcro dell'attività di una band rock è da ricercarsi nei membri maschili, in particolare in quegli strumenti che meglio di altri simboleggiano due degli elementi che fanno capo all'immaginario tradizionale di virilità. Gli stessi concerti, tendono a esaltare la prestanza fisica dei musicisti, muscolosi e palestrati, che si esibiscono in salti, corse e urla,²³¹ quasi a voler compensare la mancata necessità di tale elemento nella produzione del suono. Inoltre, l'atteggiamento dimostrato solitamente dalle band durante live e interviste è caratterizzato da un comportamento rude e sfacciato, spesso corredato da gesti volgari, e i titoli e i testi delle canzoni sono molto violenti e trasgressivi, e tradiscono il desiderio di una violenza fisica e sessuale,²³² aumentando la distanza rispetto all'immagine stereotipata che vede le donne come il sesso debole. È possibile azzardare che anche le etichette dei generi che derivano da questa scena, hard rock, heavy metal, industrial rock, ecc., siano riconducibili al mondo maschile: da una parte, questi termini potrebbero semplicemente evidenziare la forza della musica, dall'altra, è chiara la tendenza alla scelta di termini che sono in qualche modo legati a materiali e lavori pesanti tradizionalmente legati nell'immaginario comune alla sfera maschile.

²²⁸ INOUE, “Vijuaru kei to jendā...”, cit., p. 16.

²²⁹ FRITH, MCROBBIE, “ROCK AND SEXUALITY”, cit., pp. 321-322.

²³⁰ INOUE, “Vijuaru kei to jendā...”, cit., p. 16; INOUE, “Constructing Male Aesthetics...”, cit., p. 191.

²³¹ INOUE, “Vijuaru kei to jendā...”, cit., p. 13; INOUE, “Constructing Male Aesthetics...”, cit., p. 190.

²³² INOUE, “Vijuaru kei to jendā...”, cit., p. 14; INOUE, “Constructing Male Aesthetics...”, cit., p. 190.

La stessa estetica del rock e dei generi musicali che ne derivano è da considerarsi come tipica dell'uomo, in quanto molto essenziale e scura, corredata di motivi macabri e aggressivi, e non compatibile con i parametri di grazia e finezza a cui una donna si dovrebbe attenere in base alle aspettative di una mentalità generale ancora chiusa e ben radicata nella società. La discordanza tra mascolinità e moda negli anni Settanta e Ottanta, non è una prerogativa del rock, ma si osserva anche più in generale, nello show business. A questo proposito, gli autori di *ROCK AND SEXUALITY* propongono l'esempio degli ABBA, affermando:

“The boy/girl group is a common entertainment device in both pop and disco music [...]. ABBA provides the clearest example of the sexual divisions of labor such groups involve: the men make the music (they write and arrange, play the guitars and keyboards), and the women are glamorous (they dress up and sing what they're told— their instruments are their “natural” voices and bodies)”.²³³

La teorizzazione di Frith e McRobbie trova conferma anche in *Gender in the Music Industry*,²³⁴ e si può affermare che l'attività all'interno dei gruppi musicali misti è dunque divisa sulla base delle tradizionali sfere di competenza maschile e femminile, il che comporta la creazione del binomio uomo = musica (contenuto) e donna = moda (apparenza). Lo hard rock degli anni Ottanta, caratterizzato da una forte enfasi posta sulla stereotipata della mascolinità, porta a un'estremizzazione del distacco rispetto all'estetica elaborata e appariscente, portando allo stile sobrio ed essenziale appena descritto. In un contesto così improntato alla virilità, l'utilizzo del trucco che talvolta avviene nel mondo del rock può apparire contraddittorio. Tuttavia, fin dall'epoca antica, gli uomini dell'aristocrazia barocca europea, o di quella giapponese di periodo Heian, nonché gli attori, come ad esempio dell'opera e del *kabuki*, erano soliti fare utilizzo del make up, diventato una prerogativa del mondo femminile solo con l'avvento della società patriarcale, quando si assistette a una graduale revisione dell'estetica maschile, che la rese più sobria ed essenziale.²³⁵ Inoltre, lo stesso utilizzo del trucco può differire passando da quello “demoniaco” dello heavy metal gotico, finalizzato alla creazione di figure surreali e dark, a quello femminile, utilizzato in modo particolare dagli artisti del glam rock, che puntavano a dare alla propria musica il supporto del fascino di un'immagine transgender. Ne consegue che il make up di una band rock non è interpretabile sempre allo stesso modo, e varia sulla base dell'intento espressivo dell'artista: il movimento del glam rock è sempre stato considerato come espressione della sessualità dei

²³³ FRITH, MCROBBIE, “ROCK AND SEXUALITY”, cit., p. 322.

²³⁴ LEONARD, *Gender in the Music...*, cit., p. 35.

²³⁵ INOUE, “Vijuaru kei to jendā...”, cit., p. 29; INOUE, “Constructing Male Aesthetics...”, cit., p. 195.

musicisti, fatto enfatizzato anche dalla dichiarata, e successivamente rinnegata, omosessualità di David Bowie; al contrario, la stragrande maggioranza di forme di trucco nel rock, dai KISS a Marilyn Manson, non sono state oggetto di speculazioni, in quanto, sebbene presentassero un'effettiva appropriazione di un elemento tipicamente ricondotto alla femminilità, esso fu rielaborato in modo da adattarsi allo spirito del genere, e quindi, all'enfatizzazione della virilità. È interessante notare come il LA metal abbia proposto uno stile particolare che prevedeva l'utilizzo di un make up estremamente pesante che appare quasi un'estremizzazione di quello sfoggiato dalle donne di strada, quindi trasgressive per antonomasia e distanti dai normali modelli di femminilità, unendolo al sound heavy metal: si ha dunque una sovrapposizione di simboli rispettivamente femminili e maschili, finalizzati all'evasione dai tradizionali parametri di gender per andare verso alla personificazione di un nuovo modello di virilità.²³⁶ Questa corrente, abbastanza vicina alla rappresentazione di genere proposta dal *visual kei*, è però presto tramontata, così come il glam rock e il new romantic inglesi. Il trucco resiste ancora nel gothic metal, dove viene utilizzato per la creazione di figure vampiresche e paranormali:²³⁷ il rock è dunque una scena in cui è sparita quasi totalmente ogni forma di androginia. Inoltre, la maggior parte degli artisti che sfoggiano un trucco pesante arrivano a conquistare una grossa fascia di pubblico, rimanendo strettamente legati all'attività indie, con pochissime eccezioni:²³⁸ questo può essere indice di una mentalità non ancora pronta ad accettare un uomo che nella sua estetica ingloba degli elementi che, secondo lo stesso modo di pensare, sono una prerogativa del mondo femminile.

Fatta eccezione per il movimento del glam rock e del suo diretto successore new romantic, tutto sembra finalizzato a estremizzare le caratteristiche che nell'immaginario comune sono ricondotte alla sfera maschile. Alla luce di queste considerazioni, Inoue azzarda che il rock appare come una corrente musicale che punta alla creazione di una nuova identità di genere più forte e virile, forse nel tentativo di mantenere il proprio status di “sesso forte” in una società in cui la popolazione femminile, sempre più emancipata, arriva ad allinearsi con la controparte maschile anche in ambiti tradizionalmente considerati una prerogativa degli uomini. Proprio questa esasperazione delle caratteristiche simbolo di mascolinità nella mentalità generale può essere interpretata come il motivo per cui questa tipologia di musica ha riscontrato un grandissimo seguito tra le ragazze che, più che interessarsi alla musica in sé, subiscono il fascino degli artisti:²³⁹ una virilità ideale estremizzata, capace di sostenere donne sempre più forti e indipendenti. Inoltre, il successo dello hard rock tra il pubblico femminile, può essere interpretato anche come una fuga

²³⁶ INOUE, “Vijuaru kei to jendā...”, cit., p. 30.

²³⁷ INOUE, “Vijuaru kei to jendā...”, cit., p. 30; INOUE, “Constructing Male Aesthetics...”, cit., p. 195.

²³⁸ INOUE, “Constructing Male Aesthetics...”, cit., p. 19; INOUE, “Vijuaru kei to jendā...”, cit., p. 30

²³⁹ INOUE, “Vijuaru kei to jendā...”, cit., p. 14.

dalla realtà quotidiana e dai suoi modelli di sessualità a cui sia l'uomo che la donna sono legati:

If the music tends to treat women as objects, it does, unlike teenybop romance, also acknowledge in its direct physicality that women have sexual urges of their own. In attacking or ignoring conventions of sexual decency, obligation, and security, cock rockers do, in some respects, challenge the ways in which those conventions are limiting—to women as well as men. [...] The rock ideology of freedom from domesticity has an obvious importance for girls, even if it embodies an alternative mode of sexual expression. There are ambiguities in rock's insistent presentation of men as sex objects. These presentations are unusually direct—no other entertainers flaunt their sexuality at an audience as obviously as rock performers. [...] Sexual groupies are a more common feature of stars' lives in rock than in other forms of entertainment, and cock rock often implies female sexual aggression, intimates that women can be ruthless in the pursuit of their sex objects. [...] Cock rock presents an ideal world of sex without physical or emotional difficulties, in which all men are attractive and potent and have endless opportunities to prove it.²⁴⁰

Dalla citazione di Frith e McRobbie, emerge come il *cock rock* combina al suo interno sia la concezione della donna come oggetto del desiderio sessuale, sia viceversa, caratterizzandosi così da un *fandom* di *groupie* senza paragoni in altri ambiti del mondo dello spettacolo. Inoltre, questo supporta anche l'interpretazione che vede in questo modello alternativo di sessualità, più attivo e libero da sentimenti, preoccupazioni e pressioni sociali, e, più ingenerale, di identità,²⁴¹ una delle possibili motivazioni della popolarità del genere tra il pubblico femminile: già a partire dagli anni Cinquanta, “young white, middle-class teenage females transgressed the ‘normal’ gender order of social life, becoming powerful subjects as the dominant fans of rock and roll”.²⁴² Similmente, si può azzardare che un altro punto grazie a cui il rock attrae le ascoltatrici è la sua quasi totale competenza maschile: in questo senso, la sua appropriazione, tramite il ruolo attivo di musicista o passivo di ascoltatrice, risponde al desiderio di emancipazione totale, perseguibile tramite la conquista di ambiti lavorativi, sociali e, come in questo caso, musicali in cui la presenza femminile è ancora estremamente limitata. Infatti, è interessante notare anche come la sorta di maschilismo presentata dal “mondo del rock”, più o meno marcato a seconda del momento storico e del genere musicale nel quale lo si osserva, continua a essere oggetto di dibattito tra gli studiosi che si occupano di questioni di *gender*: una parte, dove la componente femminile è preponderante, ne accusa il sessismo e misoginia²⁴³ e mette in evidenza la continua lotta contro la discriminazione

²⁴⁰ FRITH, MCROBBIE, “ROCK AND SEXUALITY”, cit., pp. 325-326.

²⁴¹ MARTIN, “The Naturalized Gender...”, cit., p. 57.

²⁴² MARTIN, “The Naturalized Gender...”, cit., p. 54.

²⁴³ LEONARD, *Gender in the Music...*, cit., p. 23.

sessuale portata avanti dalle musiciste in attività nel genere; l'altra, sostenuta soprattutto da ricercatori di sesso maschile, mostra una prospettiva diversa nell'analisi, che pur sottolineando come il rock stesso sia nato come mezzo per enfatizzare la virilità, nega ogni forma di stereotipo che vede questa scena musicale come sessista e discriminatoria.²⁴⁴ Nonostante queste due posizioni siano antitetiche, è facile notare come entrambe non mettano in discussione lo stretto legame tra rock e mascolinità.²⁴⁵ È una rappresentazione di genere talmente forte da poter essere inequivocabilmente ricondotta all'enfaticizzazione delle caratteristiche di virilità vastamente presenti nella mentalità generale dei paesi occidentali della seconda metà del Novecento.

È necessario ribadire che il quadro fino a qui esposto riguarda una specifica scena musicale e non al rock nella sua complessità, che, nel corso del tempo, si è evoluto, slegandosi rispetto a questo ideale di virilità estremizzata presentato dallo hard rock e heavy metal degli anni Settanta e Ottanta. A partire dal nuovo millennio si assiste infatti a un maggiore coinvolgimento femminile²⁴⁶ nei vari sottogeneri della musica rock, anche se ancora minore rispetto alla controparte maschile, e a varie band che incarnano solo forzatamente queste immagini stereotipate proposte dai movimenti presi in esame, con un aumentare di artisti che puntano a creare intorno a se un'aura di androginia e che propongono stili estetici elaborati. Non solo, già negli anni Settanta e Ottanta, a fianco delle rappresentazioni di genere analizzate in precedenza, che simboleggiano il mainstream del rock del periodo, si possono osservare modelli di *gender* diversi, meno estremizzati e talvolta trans-gender, espressi in modo particolare dagli artisti glam rock e pop-rock, in particolare, nella seconda categoria si ritrovano i *teenybop*,²⁴⁷ dei musicisti che puntano su un'immagine fresca e sentimentale da ragazzo della porta accanto: come evidenzia Martin, artisti quali ad esempio Michael Jackson, Prince e David Bowie complicano la definizione delle pratiche di gender all'interno della musica rock, e vanno al di là della semplice dicotomia tra cock rock e *teenybop*.²⁴⁸ Appare dunque necessario chiudere questo quadro con una citazione dal saggio *ROCK AND SEXUALITY* di Frith e McRobbie: "masculinity in rock is not determined by one allembicing definition. Rather, rock offers a framework within which male sexuality can find a range of acceptable, heterosexual expressions".²⁴⁹

²⁴⁴ INOUE, "Vijuaru kei to jendā...", cit., p. 15.

²⁴⁵ Ibid.

²⁴⁶ LEONARD, *Gender in the Music...*, cit., pp. 31-33, 34-35.

²⁴⁷ FRITH, MCROBBIE, "ROCK AND SEXUALITY", cit., p. 320.

²⁴⁸ MARTIN, "The Naturalized Gender...", cit., p. 71.

²⁴⁹ Ibid.

3.2 RAPPRESENTAZIONI DI GENERE NEL *VISUAL KEI*

Come è stato analizzato nel primo capitolo, il *visual kei* è un movimento che punta all'enfaticizzazione della propria musica tramite l'aggiunta di un forte impatto visivo, “in altre parole, un'espressione corporale costruita intenzionalmente tramite il trucco e i costumi”:²⁵⁰ “a rock band is a kind of male homo-social community formed in order to realize male aesthetics”,²⁵¹ un tratto particolarmente accentuato all'interno di questo movimento tutto giapponese. Nel caso del *visual kei*, questa nuova estetica maschile va a incrociarsi con i simboli più classici della femminilità, dando origine a una immagine androgina che difficilmente trova eguali nel panorama rock internazionale. Infatti, quella che Inoue Takako definisce come *kakuchō sareta otoko no bigaku* 拡張された男の美学 (estetica maschile allargata),²⁵² proposta dagli esponenti di questo movimento, nasce proprio dall'utilizzo di elementi che simboleggiano la femminilità al posto dei classici simboli di virilità. In modo particolare, Inoue individua il punto di partenza di questa nuova tipologia di rappresentazione di genere nella riappropriazione del trucco, che, già a partire dal diciannovesimo secolo, si è gradualmente trasformato in un emblema di femminilità, fino a culminare, nel Novecento, in una dicotomia che vede nella mentalità generale, la cura estetica una prerogativa della donna, simbolo della bellezza. Allo stesso modo, la controparte maschile, tradizionalmente legata alla sfera pubblica, vede una drastica riduzione di tutto ciò che può essere interpretato come qualcosa di frivolo, ad esempio il trucco, per puntare sulla tempra dello spirito e della forza fisica, viste come due delle caratteristiche che permettono all'uomo di affermare il proprio valore nella società. Con questo cambiamento, anche questa volta culminato nei primi anni del Novecento, all'uomo vengono preclusi non solo il trucco, ma anche molte delle forme di cura estetica: il suo aspetto deve mantenersi serio e sobrio, il che fa sì che, da una parte, l'individuo dia un'immagine di affidabilità; dall'altra, che un aspetto fisico eccessivamente curato e appariscente oscuri le sue qualità morali. A partire da questa interpretazione della società contemporanea, Inoue evidenzia come l'ideale di “macho”, enfatizzato nel rock degli anni Settanta e Ottanta, sia uno dei pochi modelli estetici perseguibili dall'uomo, poiché strettamente legato a una manifestazione di forza fisica.²⁵³ Questa distinzione trova in parte spiegazione nel seguente passaggio di *Vijuaru kei kosupure – mohō to kopī noshintai gihō*:

Poiché la valutazione e il riconoscimento del sesso femminile sono generalmente dati da

²⁵⁰ INOUE, “Vijuaru kei to jendā...”, cit., p. 29.

²⁵¹ INOUE, “Constructing Male Aesthetics...”, cit., p. 198.

²⁵² INOUE, “Kakuchō sareta...”, cit.

²⁵³ INOUE, “Kakuchō sareta...”, cit., p. 122.

elementi provenienti dalla sfera personale, quali la felicità e la ricchezza nella vita privata, il suo abbigliamento è da considerarsi come un'espressione dei propri interessi e gusti, del senso della bellezza e dell'educazione. Al contrario, il giudizio e la legittimazione del sesso maschile si formano sulla base di un elemento della sfera pubblica, il lavoro, e la prima funzione del suo abbigliamento è la manifestazione della propria professione e del gruppo del quale fa parte, nonché il fatto di essere in attività per quest'ultimo.²⁵⁴

Ne deriva che la donna, essendo più legata a una sfera personale e privata, si è vista riservare una maggiore libertà di espressione estetica rispetto alla controparte maschile. Quest'ultima, dovendo svolgere un ruolo di tipo pubblico e sociale, appare imprigionata all'interno dei tradizionali paradigmi di virilità, dall'estetica essenziale e sobria, che non distolga l'attenzione da quello che è il suo carattere, la sua forza, e la sua dedizione al lavoro e dal ruolo sociale che gli spetta.

Oltre ai movimenti del glam rock e del new romantic che hanno proposto figure transgender, il mondo del rock è quasi totalmente incentrato sull'esaltazione dei canoni tradizionalmente legati alla virilità: è su questo punto che il *visual kei* prende le distanze dal modello occidentale, ricercando un'estetica sempre più transgender, fino ad arrivare all'elaborazione di figure fondate totalmente sui simboli appartenenti alla sfera della femminilità. L'aggettivo solitamente utilizzato dai saggi giapponesi per definire lo stile di questo movimento è *hade* 派手, cioè appariscente: una sola parola che però simboleggia l'abissale differenza tra l'estetica essenziale dello hard rock e heavy metal occidentale e quella elaborata e ricca di fronzoli del *visual kei*.

Nonostante il trucco sia una delle peculiarità della corrente *visual*, e il punto di partenza della sua "estetica allargata", esso non fu una novità nel panorama rock giapponese, in quanto era già presente nel *japameta*, in particolare nel filone *okeshō kei*. Quest'ultimo sottogenere del metal giapponese, la corrente più prossima al *visual kei*, prevedeva fondamentalmente due tipi di make up, riflettendo le tendenze dei gruppi occidentali: lo *oni meiku* 鬼メイク (make up da demone), riconducibile allo stile dei KISS e, successivamente, del gothic metal degli anni Novanta, e il *bikei meiku* 美形メイク (make up di bellezza), ispirato al glam rock, al new romantic e al LA metal occidentali e quindi più vicino al mondo della femminilità.

La caratteristica androgina del *visual kei* non è riscontrabile nelle primissime fasi del fenomeno, e, anche se il suo trucco è solitamente caratterizzato come *bikei meiku*,²⁵⁵ inizialmente esso si distanziava consistentemente da questo modello, ed è interpretabile come un compromesso tra i due paradigmi di make up in voga nel rock dell'epoca.²⁵⁶ A questo proposito è significativo il

²⁵⁴ KOIZUMI, SUZUKI, "Vijuaru kei kosupure...", cit., pp. 68-69.

²⁵⁵ INOUE, "Constructing Male Aesthetics...", cit., p. 195.

²⁵⁶ INOUE, "Kakuchō sareta...", cit., p. 125.

commento di Inoue, che analizza le rappresentazioni di genere nel *visual kei* attraverso le estetiche degli X, pionieri del movimento e modello per tutte le band successive:

In their underground days, their makeup and costume were not very feminine; they were more similar to Kiss and Oni-meiku bands. They fashioned themselves on the mechanical humanoids appearing in boys' animation, wearing black leather with metallic ornaments, heavy make up and standing blonde hair. Although wearing make up and long dyed hair can already be regarded as feminine behaviour, they only began to appropriate actual feminine symbols after their major debut.²⁵⁷

Come analizzato nel precedente capitolo, il look degli X precedentemente all'entrata nel gruppo di HIDE poco si distanziava rispetto al modello dei KISS, presentando un trucco molto pesante dai colori cupi e quindi riconducibile allo *oni meiku*. Tuttavia, l'entrata del chitarrista nella band segna un primo cambiamento nello stile di make up, che diventa più colorato anche se comunque molto pesante e non femminile.²⁵⁸ Il trucco proposto, così come i lunghi capelli tinti, pur appartenenti all'universo femminile, vengono rielaborati ed estremizzati al punto che non possano più essere intesi come un elemento che conferisce alla band un'aurea femminile. Tuttavia, non si osserva neanche l'ossessiva ricerca della mascolinità perseguita dalle varie correnti rock occidentali: nascono delle figure futuristiche, dal corpo estremamente esile, in contrasto con il modello dell'uomo virile e muscoloso, create tramite l'appropriazione e la rielaborazione di simboli talvolta femminili, talvolta maschili, determinando un'immagine che si slega dalle tradizionali concezioni di genere, siano esse legate a uno o all'altro sesso biologico. Anche se in questa prima fase di *visual kei*, l'estetica era già improntata verso uno stile slegato dai classici canoni di virilità e prediligeva immagini surreali e asessuate, si osservano ancora dei comportamenti molto rudi, un sound heavy metal e uno spirito di performance vicino a quello punk che,²⁵⁹ su modello del rock occidentale, esaltano la virilità dell'artista. Conseguentemente si possono evidenziare due tendenze opposte nella rappresentazione di genere nelle primissime battute del *visual kei*: un'estetica transgender e un'attitudine comportamentale improntata all'esaltazione degli stereotipi di mascolinità. Si può dunque affermare che il *visual kei* si attenne sostanzialmente alla dicotomia che vede l'estetica nella donna e lo spirito virile nell'uomo: l'innovazione portata avanti dal fenomeno è da trovarsi nell'unione dei due elementi in un'unica rappresentazione corporale.

Dopo il debutto sotto major degli X, già verso la fine del 1989, cominciò a spirare un vento di cambiamento sul movimento, che prese a inglobare nella sua estetica dei simboli tradizionalmente

²⁵⁷ INOUE, "Constructing Male Aesthetics...", cit., p. 201.

²⁵⁸ INOUE, "Kakuchō sareta...", cit., p. 125.

²⁵⁹ INOUE, "Kakuchō sareta...", cit., p. 118.

ricondotti alla sfera della femminilità senza nessun riadattamento o elaborazione: è una appropriazione di elementi quali il trucco, i lunghi capelli tinti, gonne, tacchi e pizzi che generalmente sono considerati come una prerogativa dell'altro sesso. Come accennato nel precedente capitolo, questo allargamento dell'estetica maschile verso ambiti a essa preclusi, fu avviato da YOSHIKI, il quale incarnò virilità, femminilità e androginità.²⁶⁰ Infatti, nonostante nei servizi fotografici e nell'esecuzione delle ballate al pianoforte, il suo look fosse costruito sulla base di elementi presi dal mondo femminile, trovando il suo apice nell'interpretazione del personaggio di Cenerentola nel music clip della canzone *Celebration* (settembre 1990),²⁶¹ il passaggio alla batteria, che, specie grazie al suono pesante e martellante che viene perseguito nella musica rock, enfatizza la forza fisica del musicista, comportava un cambiamento estetico: il musicista era solito spogliarsi dalle vesti ricamate che caratterizzavano la sua immagine, per poi suonare con vigore a torso nudo, in una performance che si ricolloca all'interno dei simboli di mascolinità. Più saltuarie, ma sempre presenti, sono delle esibizioni che uniscono l'estetica fine ed elaborata che richiama il mondo femminile, e la performance alla batteria, forte e intensa, emblema di virilità: dall'unione di elementi tratti dalle sfere di entrambi i sessi si viene a creare un'immagine androgina.

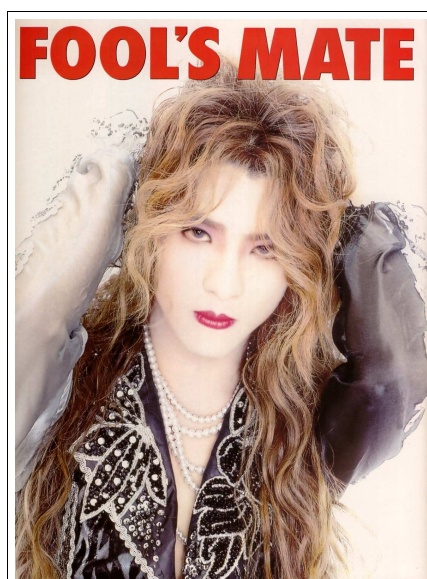


Fig. 51: Esempio di estetica proposta da YOSHIKI, totalmente basata su simboli di femminilità.



Fig. 52: Esibizione alla batteria di YOSHIKI, che ricalca i tradizionali stereotipi di virilità proposti dal rock.



Fig. 53: Immagine androgina data dall'unione di elementi appartenenti a sfere diverse.

Grazie alla sperimentazione estetica di questo musicista e alla nuova tipologia di performance teatrale e pacata proposta dai LUNA SEA, che concorre al distacco dai modelli comportamentali dei

²⁶⁰ INOUE, "Constructing Male Aesthetics...", cit., p. 202.

²⁶¹ INOUE, "Constructing Male Aesthetics...", cit., p. 202; INOUE, "Kakuchō sareta...", cit., p. 127.

movimenti rock occidentale degli stessi anni, che esasperano gli stereotipi di virilità, vengono a crearsi nel *visual kei* tre tipologie di figure: androgina, femminile e virile.²⁶² L'androginità è la scelta più comune tra gli artisti del movimento, in quanto non solo permette al musicista una maggiore libertà di movimento e acquisizione di simboli estetici e comportamentali dalle sfere di competenza di entrambi i sessi, ma risulta anche più semplice da ottenere, proprio grazie alla possibilità di unire vari elementi, anche opposti. Tuttavia, si può osservare che in quasi tutte le band è presente almeno un membro che incarna un'immagine formata in gran parte da elementi presi dal mondo femminile, facilitando non solo il *cosplay* delle giovani fan, ma anche la creazione di manga *dōjinshi* di carattere *yaoi*, tramite alcuni servizi fotografici e *fan service* in coppia con compagni di gruppo dal look più maschile. Al contrario, l'estetica maschile generalmente approvata, trova ben poco spazio nel *visual kei*, rimanendo per lo più legata a quelle band che mostrano uno stile moderato, come quelle appartenenti al *nagoya kei*: la virilità rimane legata principalmente allo spirito e al comportamento tenuto da alcuni membri, rimanendo fedele a quanto proposto nelle prime battute del movimento.



Fig. 54: SUGIZO dei LUNA SEA come esempio di estetica transgender tipica del *visual kei* degli anni Novanta.



Fig. 55: Immagine esemplificativa del look femminile di IZAM, vocalist della band SHAZNA.



Fig. 56: TOSHI, vocalist degli X, ha sempre mantenuto un'estetica improntata alla virilità.

Con l'avvento del *neo visual kei*, si osserva una tendenza all'androginità ancor più marcata e azzardata, specialmente nella scena *oshare kei*: gli accesi colori e i motivi *kawaii* dei costumi si uniscono a tagli di capelli tendenzialmente medio-corti, in un sapiente equilibrio di simboli di

²⁶² INOUE, "Constructing Male Aesthetics...", cit., p. 202; INOUE, "Kakuchō sareta...", cit., p. 126.

femminilità e mascolinità. Anche il make up marcato solo sugli occhi, appare come un compromesso tra il volto truccato di una donna e quello acqua e sapone di un uomo. Si assiste inoltre a un revival dello *oni meiku*, anche se in una minoranza di casi, che aggiunge a questo panorama di androginia e femminilità anche figure dai connotati fantastici e surreali. Nella varietà di immagini proposte dal *neo visual kei*, quelle che hanno la peggio sono sicuramente quelle di virilità, ancora una volta legate quasi esclusivamente alla tipologia di sound portata avanti dalle band. Al contrario, si può osservare un leggero aumento del numero di artisti che propongono un'estetica, e, talvolta, un comportamento femminile. Anche in questo caso, il *neo visual kei* propone uno stile che si appropria non solo dei canoni classici femminili, ma va ad attingere alla moda delle ragazzine contemporanee, con la creazione di estetiche infantili e fresche che allontanano ulteriormente il movimento dai classici canoni di mascolinità.



Fig. 57: Immagine esemplificativa dell'estetica transgender delle band del filone. Il *koteosa kei* appare come un compromesso tra le varie sottocorrenti del *neo visual kei* ed è dunque quella che meglio si presta a rappresentare il movimento. In foto: Alice Nine.



Fig. 58: Hitsugi 柩²⁶³ (Nightmare), chitarrista dal look estremamente elaborato e surreale.



Fig. 59: Bō 坊,²⁶⁴ ex chitarrista degli An Cafe, elabora la sua immagine sulla base di uno stile casual-pop di impronta femminile.

Il *visual kei* appare dunque come un fenomeno che cerca una via di fuga dai tradizionali

²⁶³ Pseudonimo di Ikari Mitsuo (1982-), chitarrista dei Nightmare che si caratterizza per il suo look sempre molto estremo e curato.

²⁶⁴ Nome d'arte di Saitō Kazuhiro (1983-), chitarrista degli An Cafe fino al 2007. È famoso per la sua estrema androginia che spesso ha fatto sì che venisse scambiato per una ragazza.

modelli di virilità normalmente riconosciuti e approvati dalla società, tramite l'appropriazione e la rielaborazione di simboli di femminilità, che in alcuni casi sfociano nella creazione di estetiche completamente basate su quest'ultimo ambito, al punto da rendere complessa la determinazione, soprattutto a chi non è pratico di questa scena, della sessualità dell'artista in questione. Come verrà analizzato in un capitolo che si propone di ricercare il motivo del successo di questo movimento, il *visual kei* ha fornito non solo ai suoi esponenti, ma anche ai fan, dei nuovi modelli di identità di genere, allargati alle sfere di competenza del sesso opposto: un corpo neutro, e quindi libero dalle convenzioni sociali che affascina centinaia di giovani che non hanno trovato un mezzo di espressione della propria individualità, imprigionati come sono all'interno dei convenzionali modelli di genere.

4. NARITAI ZOKU: UN FANDOM “WANNABE”

Il *fandom* giapponese del *visual kei* presenta delle peculiarità proprie al fenomeno che difficilmente si trovano all'interno di altri generi musicali. Infatti, oltre al fan ordinario, cioè quello che non va oltre il normale ciclo di consumo del prodotto musicale e delle attività a esso connesse, solitamente vengono evidenziate altre tre tipologie: il *giji renai taipu* 擬似恋愛タイプ°, l'*otaku* おたく e il *naritai zoku* なりたい族.²⁶⁵ Il *giji renai taipu*, letteralmente “tipologia pseudo-amore”, indica una cerchia di fan che prova un sentimento vicino all'amore nei confronti dei musicisti, che saltuariamente sfocia in episodi di *oikake* 追いかへ (stalking) e nel fenomeno delle grupie.²⁶⁶ Questa tendenza, presente anche in altre scene del mondo del rock e nel mondo degli *idol* giapponesi, viene spesso interpretata da Inoue e altri scrittori che si avvicinano al fenomeno, come la risposta a un disagio sociale vissuto da una limitata fascia di ragazzine che non riescono a instaurare un rapporto positivo con la propria sessualità e, conseguentemente con quella maschile: il *visual kei* e la sua rappresentazione di genere allargata attirano queste adolescenti desiderose di trovare un modello maschile alternativo e ideale, libero dai convenzionali paradigmi. Per *otaku*, Inoue intende quella parte di fan che sfocia nel fanatismo: persone che non si limitano al consumo ossessivo di musica e alla frequentazione di eventi, che porta al fenomeno del collezionismo di CD e goods, ma che cercano anche di ottenere informazioni sulla vita privata dei membri delle loro band preferite.²⁶⁷ Questa tipologia di seguito dei gruppi *visual kei* è per certi aspetti vicina alla terza e ultima categoria di fan: i *naritai zoku*, una traduzione giapponese del termine inglese “wannabe”.²⁶⁸ Comprende tutti quegli individui che si realizzano mediante l'imitazione ossessiva dei musicisti delle band *visual kei* ed è la tipologia più caratteristica del movimento in quanto vi rientrano i due fenomeni peculiari di questo *fandom* che verranno di seguito analizzati: le *kosupure shōjo* コスプレ少女 e i *ban'yaro shōnen* バンやろ少年, la faccia rispettivamente femminile e maschile del *naritai zoku*.

4.1 LE RAGAZZE COSPLAY

Il *cosplay* (abbreviazione di “costume play”) è un fenomeno nato in Giappone nell'ambito delle

²⁶⁵ INOUE, “Kakuchō sareta...”, cit., p. 144.

²⁶⁶ INOUE, “Constructing Male Aesthetics...”, cit., p. 208; INOUE, “Kakuchō sareta...”, cit., p. 144.

²⁶⁷ Ibid.

²⁶⁸ Ibid.

convention di *anime* e *manga* nella seconda metà degli anni Settanta e diventato popolare nei primi anni Ottanta, definito come “un passatempo giovanile che consiste nel divertirsi con il travestimento da personaggi che compaiono in *anime*, *manga*, videogiochi, musica, film ecc., e che consente ai fan esprimere il loro amore nei confronti del soggetto tramite il camuffamento e il proprio corpo.”²⁶⁹ La personificazione del personaggio scelto avviene non solo tramite la copia esatta di costumi, acconciature e trucco, ma i fan si impegnano a mantenere le pose e i comportamenti tipici di quel soggetto, mirando all’emulazione totale come mezzo di espressione del sentimento di rispetto e ammirazione nei suoi confronti.²⁷⁰ Questa tendenza, inizialmente limitata al mondo delle *convention* del fumetto, si allargò presto anche al mondo della musica, e, già verso la fine degli anni Settanta, si possono osservare delle forme embrionali di *band cosplay*, il filone che prende a modello popolari artisti rock del momento, durante i concerti di gruppi che esibivano un’immagine particolarmente elaborata e surreale, tale da stuzzicare nei fan la curiosità e la voglia di cimentarsi nella loro imitazione, come nel caso dei KISS e i Sekima II.²⁷¹ Tuttavia, come puntualizza Inoue Takako, in questa fase i fan si limitavano a imitare solo specifici aspetti del look delle band, e non a copiarne completamente lo stile, come avviene nel caso del *band cosplay* del *visual kei*.²⁷² L’evoluzione si ebbe negli anni Novanta, con il boom di questo nuovo filone musicale giapponese: si dice che sia stata la stessa madre di YOSHIKI a dare avvio al fenomeno, recandosi a un concerto degli X vestita come il figlio, ispirando così le fan presenti.²⁷³ Valutare la validità di questo episodio come punto di avvio del fenomeno *cosplay* è impossibile, ma è indubbio che il look estremamente elaborato e originale proposto dai musicisti del *visual kei* stimolò inevitabilmente la curiosità dei fan, facendo nascere in loro il desiderio di provare a imitarne lo stile nella sua completezza. La parte di *naritai zoku*, per la maggioranza fan di sesso femminile,²⁷⁴ che pone come fulcro della propria attività il travestimento su modello di un determinato musicista del filone, dimostra quindi un’attenzione quasi ossessiva rivolta all’emulazione puntigliosa dello stile,

²⁶⁹ KOIZUMI, “Isei wo yosou...”, cit., p. 218; NARUMI Hiroshi, “Kasō suru aidentiti” (Un’identità mascherata), in NARUMI Hiroshi (a cura di), *Kosupure suru shakai – sabukaruchā no shintai bunka* (La società che fa cosplay – la cultura del corpo nelle sottoculture), Tōkyō, Serika shobō, 2009, p. 9.

²⁷⁰ KOIZUMI Kyōko, “Isei wo yosou shōjo tachi – Vijuaru rokku bando no kosupure fan” (Le ragazze che vestono il sesso opposto – le fan del *cosplay* delle band *visual rock*), in INOUE Takako (a cura di), *Vijuaru kei no jidai – rokku, keshō, jendā*, Tōkyō, Seikyūsha, Luglio 2003, pp. 207-245. KOIZUMI, SUZUKI, “Vijuaru kei kosupure...”, cit., pp. 57-58; INOUE, “Constructing Male Aesthetics...”, cit., p. 208; INOUE, “Kakuchō sareta...”, cit., pp. 145, 152.

²⁷¹ KOIZUMI, “Isei wo yosou...”, cit., pp. 211-212, 227; INOUE, “Kakuchō sareta...”, cit., pp. 146; MORIGAWA, “Vijuaru rokku no keifu...”, cit., p. 70.

²⁷² KOIZUMI, SUZUKI, “Vijuaru kei kosupure...”, cit.; KOIZUMI, “Isei wo yosou...”, cit.

²⁷³ INOUE, “Kakuchō sareta...”, cit., p. 146.

²⁷⁴ Nonostante nello *anime cosplay*, nonché nelle varie forme embrionali di *band cosplay* consistenti nell’emulazione parziale dello stile degli artisti, la parte maschile e femminile di *fandom* si fosse mantenuta su livelli quasi paritari, il *cosplay* del *visual kei* viene portato avanti quasi esclusivamente da donne. KOIZUMI, “Isei wo yosou...”, cit., p. 215; KOIZUMI, SUZUKI, “Vijuaru kei kosupure...”, cit., p. 75; INOUE, “Constructing Male Aesthetics...”, cit., pp. 208, 210; INOUE, “Kakuchō sareta...”, cit., pp. 145-146.

dell'atteggiamento e delle pose dell'artista scelto: è quella che Koizumi Kyōko definisce come *kanzen kopi* 完全コピー (copia totale)²⁷⁵ e che, nel giro di pochi anni, a partire dal 1992, diventò un fenomeno così in voga da veder nascere nelle varie riviste musicali rubriche per la pubblicazione delle foto di *cosplayer* e guide al trucco, alle acconciature e alla creazione dei costumi e degli accessori, nonché pagine dedicate ai negozi dove rivolgersi per i materiali necessari alla loro realizzazione.²⁷⁶



Fig. 60: Cosplayer di Ruki (the GazettE), che prende a modello il videoclip di *Taion* 体温 (Temperatura corporea) (Febbraio 2006), richiamato anche dalla posa.



Fig. 61: Ruki, vocalist dei the GazettE, nel costume del videoclip di *Taion*.

Il *cosplay* è inizialmente nato dal desiderio delle fan di diventare come un certo artista e, fino al 1993, è rimasto prerogativa del *fandom* degli X, all'interno del quale ha avuto origine.²⁷⁷ Grazie anche all'attenzione ottenuta sulle pagine delle riviste, prima fra tutte *Arena 37°* che gli dedicò una rubrica mensile, il fenomeno si diffuse anche tra i fan di altre band, rimanendo comunque espressione di dedizione e amore nei confronti di un determinato membro o, più in generale, del gruppo *visual kei*.²⁷⁸ In questo senso, è significativo notare come, in una primissima fase del fenomeno, il *cosplay* sia rimasto strettamente legato ai concerti delle band oggetto di imitazione. Il live dà a queste ragazze l'occasione di condividere un luogo con i propri idoli, di respirare la stessa

²⁷⁵ KOIZUMI, SUZUKI, "Vijuaru kei kosupure...", cit.; INOUE, "Kakuchō saret...", cit., p. 146; MORIGAWA, "Vijuaru rokku no keifu...", cit., p. 70.

²⁷⁶ KOIZUMI, "Isei wo yosou...", cit., pp. 211-214; INOUE, "Constructing Male Aesthetics...", cit., p. 212; INOUE, "Kakuchō saret...", cit., p. 152.

²⁷⁷ Ibid.

²⁷⁸ KOIZUMI, "Isei wo yosou...", cit., p. 220; KOIZUMI, SUZUKI, "Vijuaru kei kosupure...", cit., p. 67.

aria, e il vestirsi come uno degli artisti sul palco può essere considerato come un mezzo per attirarne l'attenzione,²⁷⁹ e, conseguentemente, dimostrargli la propria stima. Tuttavia, il fenomeno cominciò presto a manifestarsi anche al di fuori dei concerti, e si assiste alla nascita di *cosplay party* e ritrovi domenicali per le strade della città, come nel celebre caso dell'area di Jingū Bashi 神宮橋 a Harajuku 原宿, quartiere di Tōkyō famoso per gli *street style* estremi, o dello Ōsakajō Kōen 大阪城公園, il parco del castello di Ōsaka, arrivando a invadere lo spazio dello *anime cosplay* mediante l'apparizione nelle *manga convention*.²⁸⁰ L'allontanamento dagli occhi degli artisti comporta indubbiamente un parziale cambiamento nello spirito che spinge la fan a fare *cosplay*: non si tratta più di una dimostrazione di ammirazione diretta all'artista, quanto di una dichiarazione alla gente comune, come per annunciare alla società il proprio rispetto verso il musicista interpretato e la propria identificazione in quel movimento. Inoltre, dall'indagine svolta da Koizumi nel 2003, emergono casi, seppure sporadici, di ragazze che affermano di aver fatto prima *cosplay*, e di essersi appassionate alla band solo in un secondo momento.²⁸¹ Si ha dunque un cambiamento radicale nella motivazione che anima una parte delle *cosplayer*. Infatti, se in un primo momento questa era una scena dominata da fan che cercavano in tutti i modi di avvicinarsi al loro artista preferito ed esprimergli rispetto e ammirazione, già a partire dal 1998 si inaugura una nuova fase del *band cosplay*, e si assiste all'apparizione di *cosplayer*, alcune provenienti dall'ambito dello *anime cosplay*, per cui l'emulazione dei gruppi del movimento non è altro che un vero e proprio gioco, un passatempo in cui l'amore per la musica e la band è messo in secondo piano: è il caso delle *cosplay fan*, ragazze che passano da *anime* a *visual kei*, da artista ad artista per soddisfare la propria passione per quest'attività.²⁸² Allo stato attuale, il fenomeno appare dunque come un incrocio di due sottoculture diverse, il *band cosplay* e lo *anime cosplay*, a causa della presenza di fan del fenomeno in generale, la cui attività spazia in tutti gli ambiti in cui, come nel *visual kei*, ci sono figure elaborate e appariscenti tali da stimolare l'interesse e da divertire il *cosplayer*.²⁸³ Anche se in alcuni casi la trasposizione del fenomeno in una realtà più quotidiana, come quella del Jingū Bashi, può essere spiegata dal suo carattere ludico, molto più spesso risponde alla ricerca di modelli identitari alternativi da parte delle fan. Johnathon John ha intervistato molte di queste *wannabe* al fine di individuare il motivo che le spinge all'emulazione degli artisti, e ha evidenziato come la

²⁷⁹ KOIZUMI, SUZUKI, "Vijuaru kei kosupure...", cit., p. 59.

²⁸⁰ KOIZUMI, "Isei wo yosou...", cit., p. 217; KOIZUMI, SUZUKI, "Vijuaru kei kosupure...", cit., p. 58; JOHNATHON, "Kibatsuna keshō...", cit., pp. 131, 135-138; INOUE, "Kakuchō sareta...", cit., pp. 146, 151-152; INOUE, "Constructing Male Aesthetics...", cit., p. 211; NAITŌ, "Bijuaru kei' no shakōba...", cit.; KOIZUMI, SUZUKI, "Vijuaru kei kosupure...", cit., p. 58.

²⁸¹ KOIZUMI, "Isei wo yosou...", cit., p. 214; KOIZUMI, SUZUKI, "Vijuaru kei kosupure...", cit., p. 62.

²⁸² KOIZUMI, "Isei wo yosou...", cit., pp. 219-121; KOIZUMI, SUZUKI, "Vijuaru kei kosupure...", cit., p. 58.

²⁸³ KOIZUMI, "Isei wo yosou...", cit., pp. 222-124.

maggioranza delle ragazze abbia risposto che per loro è un mezzo tramite cui esprimere sé stesse,²⁸⁴ tant'è vero che quasi tutte sono solite inventarsi un nuovo nome di cui far uso nel momento in cui si recano in questi punti di ritrovo,²⁸⁵ quasi a voler sottolineare un cambio d'identità da una sé stessa falsa e prigioniera della quotidianità alla vera sé stessa, libera e spontanea. Infatti, le ragazze intervistate da Koizumi Kyōko spesso ribadiscono la tendenziale distinzione che c'è tra l'ambito scolastico e familiare di tutti i giorni e quello del *cosplay*, riscontrando nel secondo la propria individualità autentica, e nel primo una sé stessa costruita a tavolino. “Nella normalità sono molte le volte in cui costruisco me stessa”:²⁸⁶ una risposta emblematica di quanto il fenomeno sia sentito come una vera espressione d'identità individuale. Tuttavia, il *cosplay* consiste nell'interpretazione di qualcun altro:²⁸⁷ più che un'affermazione della propria individualità, più verosimilmente perseguita dalla controparte maschile del *naritai zoku*, che, come si vedrà successivamente, fa proprio lo stile *visual kei* e lo rielabora in un look originale, il *cosplay* appare come un metodo di evasione dalla realtà quotidiana fatta di uniformi scolastiche e regole sociali, e di proclamazione dei propri interessi e gusti personali,²⁸⁸ che trova attuazione nell'appropriazione dell'estetica e dell'atteggiamento di un determinato personaggio. È possibile azzardare che una delle motivazioni che spingono le ragazze a intraprendere l'attività di *cosplayer* risiede nel disagio provato nei confronti della propria sessualità e dei modelli di *gender* femminili convenzionalmente riconosciuti. La paura di confrontarsi con il proprio e l'altro sesso, dovuta al ruolo della donna come preda dell'uomo e strumento per la gravidanza e il parto,²⁸⁹ fa sì che queste ragazze cerchino una via di fuga: si rifugiano quindi in un mondo fantastico in cui i modelli di genere sono alternativi, come ad esempio il mondo dello *yaoi* e del *visual kei*.²⁹⁰ Indossare i panni di un musicista di sesso maschile ma dall'estetica androgina e transgender appare come un'ideale fuga dal confronto con la propria sessualità per ottenere un senso di tranquillità. Inoltre, essendo quello del *cosplay visual kei* un ambiente prevalentemente femminile, queste adolescenti hanno la possibilità di evitare il contatto con l'altro sesso, che comporterebbe inevitabilmente una presa di coscienza della propria femminilità.

In questi luoghi nascono dunque dei gruppi di *cosplayer*, legati dagli stessi interessi e dalla stessa voglia di evadere, che vengono a creare delle vere e proprie piccole comunità, dove poter trovare uno spazio espressivo per la propria identità che la società obbliga a nascondere. Il *cosplay*

²⁸⁴ JOHNATHON, “Kibatsuna keshō...”, cit., p. 137.

²⁸⁵ INOUE, “Kakuchō sareta...”, cit., p. 152; INOUE, “Constructing Male Aesthetics...”, cit., p. 212.

²⁸⁶ KOIZUMI, “Isei wo yosou...”, cit., p. 229.

²⁸⁷ JOHNATHON, “Kibatsuna keshō...”, cit., p. 137, DONALD, Richie, *Image Factory: Fads and Fashions in Japan*, Londra, Reaktion Books, 2003, pp. 137-149.

²⁸⁸ KOIZUMI, “Isei wo yosou...”, cit., pp. 237-238; MUROTA, “Shōjo tachi no ibasho sagashi...”, cit., pp. 179-180, 188.

²⁸⁹ MUROTA, “Shōjo tachi no ibasho sagashi...”, cit., pp. 180.

²⁹⁰ DONALD, *Image Factory...*, cit., pp. 144, 147.

diventa dunque un mezzo di socializzazione tramite cui confermare la propria appartenenza a un gruppo, e trovare così sicurezza e serenità: come afferma Yamada Masahiro, sociologo giapponese citato da Donald, “The age of lifetime friendship is over, what young people want from their friends nowadays is the assurance that they are not alone”.²⁹¹ Inoltre, l’appartenenza a una piccola comunità viene a rappresentare un elemento su cui costruire la propria identità, come ben esplicito da Inoue Takako in *Constructing Male Aesthetics in Rock and Makeup*:

Both Cos-play girls and Ban-yaro boys form small coteries or fan communities by imitating a particular band or a bands' network resembling Extacy-gundan [*sic!*]. They try to attract other fans' attention to confirm each other as a member of a particular fan community and compete with similar fan communities by differentiating this community from others'. At the same time, the identity of a particular fan community may merge into a collective fan identity that differentiates fans from everyone else.²⁹²

Adottando l’immagine di un artista del *visual kei*, le ragazze del *cosplay* esprimono in maniera diretta e immediata i propri gusti e attitudini, facilitando così il processo di socializzazione e creazione di una cerchia di conoscenze. Il gruppo che ne nasce diventa una piccolissima comunità, quasi una famiglia, all’interno della quale il *cosplayer* può esprimersi liberamente. Tuttavia, si osserva una tendenza a conformarsi agli altri membri: se da una parte questo può essere spiegato come un comportamento dovuto alla paura di essere esclusa dalla compagnia, poiché il cambiamento del soggetto del *cosplay* spesso comporta una rottura con il gruppo,²⁹³ dall’altra tradisce un tentativo di uniformità interna che rafforza un sentimento di identità collettiva, più forte rispetto a quella che una singola *cosplayer* possa raggiungere tramite la sola personificazione di un musicista. Inoltre, nei luoghi di ritrovo, ai concerti, ai *cosplay party* e alle gare, i membri di queste piccole realtà hanno l’occasione di entrare in contatto con una moltitudine di altri gruppi, incentrati sull’emulazione di artisti diversi: l’incontro con la diversità rappresenta un metodo per trovare conferma della propria identità di collettiva. Se ne trova testimonianza anche nel saggio di Narumi Hiroshi, curatore della raccolta *Kosupure suru shakai – sabukaruchā no shintai bunka*, che afferma che il *cosplay* “si svolge per aumentare lo spirito di solidarietà con il gruppo”,²⁹⁴ in una piccola comunità in cui le veterane, aventi una sorta di ruolo di leader, aiutano le nuove arrivate, prestando costumi e dando consigli, in quello che può essere visto come “un mondo chiuso, solamente

²⁹¹ DONALD, *Image Factory...*, cit., p. 147.

²⁹² INOUE, “Constructing Male Aesthetics...”, cit., p. 211.

²⁹³ KOIZUMI, “Isei wo yosou...”, cit., p. 121.

²⁹⁴ NARUMI, “Kasō suru...”, cit., p. 9.

femminile”.²⁹⁵



Fig. 62: Esempio del rapporto che si viene a creare tra i *cosplayer*. In questo caso, le ragazze interpretano due dei membri dei SuG.



Fig. 63: I SuG come presi a modello dalle ragazze in figura 62.

4.2 I BAN'YARO: FACCIAMO UNA BAND!

Il termine *ban'yaro shōnen*, o più comunemente *ban'yaro*, è nato dall'abbreviazione del titolo di *BAND yarō ze* (Facciamo una BAND), una rivista fondata nel 1988 sull'onda del crescente *band boom* che aveva segnato un picco nella formazione di gruppi amatoriali su modello del Japanese heavy metal, con lo scopo di facilitare l'attività delle nuove band tramite l'istituzione di pagine dedicate al *menbo* メンボ (abbreviazione di *menbā boshū* メンバー募集, reclutamento membri), al *fanbo* ファンボ (abbreviazione di *fan boshū* ファン募集, reclutamento di fan) e al *bando kokuchiban* バンド告知板 (bacheca di annunci riguardanti le band), diventando così il punto di riferimento dei giovani artisti in erba.²⁹⁶ I *ban'yaro* sono dunque dei ragazzi, principalmente di sesso maschile, che, ispirati dalle band *visual kei*, decidono di intraprendere la carriera musicale mossi dal desiderio di poter diventare come i propri beniamini. Infatti, con il debutto sotto major degli X, il modello di riferimento per molti giovani musicisti si spostò dai classici pezzi rock occidentali, come ad esempio *Smoke on the Water* (1973) dei Deep Purple, alle canzoni delle popolarissime band *visual kei*, primi tra tutti X, LUNA SEA, GLAY e L'Arc~en~Ciel. Analizzando vari numeri di *BAND yarō ze*, Inoue Takako elabora dei dati molto interessanti riguardo al *gender* di

²⁹⁵ KOIZUMI, “Isei wo yosou...”, cit., p. 217.

²⁹⁶ INOUE, “Constructing Male Aesthetics...”, cit., p. 211.

questi *ban'yaro* e al numero di band *visual kei* amatoriali in attività tra il 1994 e il 1999.²⁹⁷ Nel 1994 si può osservare come, nonostante un terzo delle band che pubblicarono degli annunci sulla rivista utilizzassero il trucco nelle performance e indicassero come maggiori ispiratori band categorizzate come *visual (rock)*, il termine non era ancora entrato nel gergo comune, e compare solo nell'1,1% dei casi. Al contrario, nel 1999, si assiste a un consistente intensificarsi nell'utilizzo della categorizzazione *visual (kei)*, con una percentuale che arriva al 22,1%: questo dato riflette l'andamento del boom del movimento, che dal momento di picco, stava per avviarsi al ritorno nella scena underground. Inoltre, nello stesso anno, ben due quinti delle band amatoriali oggetto di pubblicazione utilizzavano il make up, e i gruppi *visual kei* figuravano tra quelli più frequentemente citati come modello: da questo quadro è chiaro quanto il genere fosse arrivato a ottenere una certa accettazione sociale e legittimazione artistica. Per quanto riguarda le questioni di genere, si può subito notare come sia nelle pagine di *bando kokuchiban*, sia in quelle di *menbo*, il numero di mittenti di sesso maschile sia largamente maggiore, così come per quanto riguarda la voce del sesso auspicato del reclutamento membri: due terzi del totale nel 1994 e tre quarti nel 1999. Infatti è interessante notare come i *menbo* lanciati da parte di ragazze siano tendenzialmente rivolti a musicisti di entrambi i sessi (70% nel 1994 e 90% nel 1999); al contrario, circa la metà dei richiedenti maschi hanno indicato una preferenza per membri dello stesso sesso, riflettendo il tendenziale aumento della percentuale di band totalmente maschili, che passò dal 12,4% del 1994, al 19,8% del 1999.

²⁹⁷ INOUE, "Kakuchō saretā...", cit., p. 149-151; INOUE, "Constructing Male Aesthetics...", cit., p. 211-212.

Appendix I
Ban-yaro wannabes (*Band Yarozze*, Takarajima-sha)

*Total samples

- May 1994: *Fanbo* (pp.146–148) 34; *Membo* (pp.115–145) 1136
- May 1999: Band Notice Board (pp.150–162) 150; *Membo* (pp.163–205) 1950

*Figures in percentages.

*M: Male, F: Female, B: Both male and female, U: Unidentified, N: Not mentioned.

*4 unidentified senders in *Membo*, May 1999.

Table 8-1
Sex etc.

ISSUE	FANBO (BAND NOTICE BOARD)					WITH THE WORD 'VISUAL'	MEMBO (MEMBERS WANTED)					
	WITH MAKEUP	SENT FROM (MEMBERS)					SENT FROM WANTED MEMBERS (VO. OR KEY : FEMALE ONLY)					
		M	F	B	U			M	B	N	F	B
May 1994	32.4	94.0 (91.0)	3.0		3.0	1.1	From M: 56.3		From F: 34.7			
							12.4	43.5	44.1	14.5	85.5	
							(15.8)		(15.1)			
May 1999	38.0	81.3	5.3	6.7	6.7	22.1	From M: 75.6		From F: 24.2			
							19.8	30.5	49.8	7.7	92.3	
							(18.4)		(2.5)			

Inoue Takako, “Constructing Male Aesthetics in Rock and Makeup: Gender Strategies by Musicians and Fans of Visual Rock in Japan”, p. 215.

Il *ban'yaro* dimostra dunque un interesse principalmente rivolto all'ambito musicale, e, scegliendo di formare un gruppo amatoriale, questi ragazzi finiscono con l'assimilare anche il look proposto dalle band del filone preso a modello: sono soliti indicare come propri idoli i musicisti dalla tecnica e dalle potenzialità maggiori, ad esempio i chitarristi HIDE e SUGIZO, a differenza della controparte femminile del *naritai zoku*, che è solita citare gli artisti dall'estetica più fine ed elaborata, come ad esempio MANA.²⁹⁸ Tuttavia, a differenza di quanto avviene nel *cosplay* femminile, i *ban'yaro* tendono a non emulare, se non in casi sporadici, una specifica band, quanto più a imitare lo stile *visual kei* in generale, puntando a “costruire un proprio look originale sulla

²⁹⁸ INOUE, “Kakuchō sareta...”, cit., p. 147; INOUE, “Constructing Male Aesthetics...”, cit., p. 213

base dell'interiorizzazione dell'aura delle band *visual kei*, senza puntare alla completa emulazione come fanno le ragazze del *cosplay*".²⁹⁹ Per i *ban'yaro*, lo stile del movimento non è un mezzo per avvicinarsi all'artista, per dimostrare rispetto e ammirazione nei suoi confronti o per evadere dalla realtà, ma si presenta piuttosto come una risposta alla ricerca di una propria espressione estetica: questi ragazzi sorvolano sui dettagli del trucco e dei costumi, anche perché per loro sarebbe impossibile copiarli completamente,³⁰⁰ e puntano ad assimilarne l'atmosfera e le linee guida entro cui sviluppare uno stile il più originale possibile. La tendenza alla rielaborazione e all'innovazione che questi giovani seguono ha salvato il *visual kei* dal pericolo di una cristallizzazione sui canoni estetici proposti dalle prime band arrivate al successo, mantenendolo vivo e variegato al suo interno, in una costante evoluzione stilistica e musicale: se questi ragazzi, alcuni dei quali riusciranno a debuttare nel panorama *visual kei*, si fossero limitati all'emulazione come facevano le ragazze del *cosplay*, il fenomeno ristagnerebbe sul modello dello EXTASY Gundan. Analizzando questo diverso approccio rispetto alle ragazze del *cosplay*, Suzuki Yūko, autrice insieme a Koizumi Kyōko del saggio *Visual kei kosupure*, cita un'interessante risposta ottenuta grazie alle sue interviste a otto *ban'yaro*: “[gli artisti *visual kei*] ci attirano proprio perché hanno dei vestiti, dei make up e delle acconciature che noi non possiamo avere. Se riuscissimo a emularli, non penserei più a quelle persone come a delle star.”³⁰¹ I membri di queste aspiranti band *visual kei* optano dunque per un distanziamento volontario dalle peculiarità dei loro idoli, non solo per rispondere alla propria necessità di trovare uno stile che permetta loro di esprimere la propria individualità, ma anche per non intaccare il mito dei loro artisti preferiti. Il fascino del *visual kei* è strettamente legato all'estetica surreale del mondo richiamato dalla loro musica e dalla loro estetica. Per il fan, far rivivere questi elementi nella propria vita quotidiana significa far perdere agli artisti quell'aura di evasione dalla realtà che li ha resi unici e speciali ai propri occhi, facendone automaticamente decadere il mito. L'approccio dei *ban'yaro* al *visual kei*, trova conferma ed esemplificazione nel messaggio che Hitsugi, chitarrista dei Nightmare, ha registrato in occasione della commemorazione di HIDE, trasmessa sul sito di live streaming *Nico nico nama hōsō ニコニコ生放送* (Le trasmissioni live sorridenti) tra il 2 e 3 maggio 2012, in cui l'artista, parlando dell'influenza che questo leggendario musicista ha avuto sulla sua carriera, afferma:

[HIDE] è come se fosse la mia origine, dall'aver pensato che voglio cominciare a suonare,

²⁹⁹ KOIZUMI, SUZUKI, “Vijuaru kei kosupure...”, cit., pp. 65-66.

³⁰⁰ Suzuki Yūko evidenzia come le riviste destinate a uomini e giovani ragazzi, siano tendenzialmente povere di dettagli e guide riguardo a trucco e hair styling, rendendo ai *ban'yaro* molto più difficile l'emulazione, in quanto non dispongono di conoscenze tecniche comparabili a quelle della loro controparte femminile. KOIZUMI, SUZUKI, “Vijuaru kei kosupure...”, cit., pp. 69-71.

³⁰¹ KOIZUMI, SUZUKI, “Vijuaru kei kosupure...”, cit., p. 71.

all'aver tinto i capelli. È ovvio che ho introdotto anche i miei gusti, ma siccome ho radici in HIDE, ho subito la sua influenza in quasi tutto. Però durante il periodo indie, in cui vedere dei live di HIDE, risvegliava in me la voglia di fare un concerto, ogni tanto ci sono stati momenti in cui ho arbitrariamente cercato di sovrappormi a lui. Poi, nelle lettere ricevute dai fan, ce n'era una che diceva qualcosa tipo "gli assomigliavi". Da una parte ne sono stato felice, dall'altra ho pensato: "così non va!". HIDE è il mio modello, ma... Come dire... Sento che per quanto corra a tutta velocità, è in un luogo che io non posso raggiungere. Anche se lo ammiro, il mio obiettivo non è assolutamente assomigliargli. [...] Perciò, anche se sono cresciuto sotto la sua influenza, continuo [a fare musica] con la consapevolezza che è meglio tirar fuori quello che io voglio fare e quello che io voglio mostrare, esattamente come l'ho pensato.³⁰²

I *ban'yaro* si avvicinano al mondo della musica grazie all'influenza degli artisti del movimento, e, mossi dalla stima nei loro confronti, intraprendono l'attività di band. Tuttavia, anche se la loro ispirazione è indubbiamente ascrivibile ai gruppi del *visual kei*, questi ragazzi puntano al distanziamento dal modello di partenza, per l'elaborazione di un proprio stile. L'obiettivo non è dunque l'emulazione, ma l'espressione di se stessi e dei propri gusti estetici e musicali.

Tra le esperienze dei *ban'yaro* intervistati da Suzuki, ci sono stati alcuni che hanno affermato che "il loro interesse non sarebbe stato destato se [le band] non avessero sfoggiato il trucco",³⁰³ con un leggero distacco dalla media di questo tipo di *fandom*, che vede nell'elemento musicale il suo fulcro. Tuttavia, tutti hanno sottolineato la differenza rispetto alla cosiddetta *kanzen kopī* del *cosplay*, arrivando ad affermare che le ragazze seguono una certa band esclusivamente per il fattore estetico, mentre i *ban'yaro* prestano attenzione alla musica, alla performance, e alla tecnica di esecuzione.³⁰⁴ Si osserva dunque una basilare incompatibilità tra i due approcci presentati da queste due sottocategorie dei fan *naritai zoku*, e i ragazzi appaiono particolarmente critici nei confronti della loro controparte.

Analizzando queste due tipologie di *naritai zoku*, è molto interessante notare come, nonostante il *visual kei* sia un movimento che ingloba elementi sia provenienti dalla sfera del *gender* maschile (musica rock), sia da quella femminile (cura estetica), i fan tendono ad attenersi ai modelli di genere tradizionali. Infatti, pur cercando entrambi di identificarsi nel movimento, il

³⁰² <http://www.youtube.com/watch?v=WkCSuX5f84Y> (data ultimo accesso: 11 aprile 2013)

³⁰³ KOIZUMI, SUZUKI, "Vijuaru kei kosupure...", cit., p. 66.

³⁰⁴ Ibid.

processo mediante il quale raggiungono il loro scopo è diverso, incentrato su simboli rispettivamente maschili e femminili: i ragazzi pongono il fulcro del loro interesse nella musica, prendendo a modello band dal sound e dalla tecnica di alto livello, le ragazze nei costumi, nel trucco, nelle acconciature, e, specialmente nel caso delle band *shiatorikaru kei*, nell'aura di romanticismo decadente che quella determinata estetica emana, rifacendosi agli artisti che presentano il look più ricercato e originale.³⁰⁵ Ne deriva che il potenziale sovvertimento degli stereotipi di genere proposto dal *visual kei* viene quasi ad annullarsi nel suo *fandom*, vista la sua tendenza ad attenersi a quella che socialmente viene considerata come la sfera di competenza del proprio sesso. I fan dunque difficilmente esprimono la loro identità di genere mediante un'immagine transgender, ma selezionano dal movimento quegli elementi che più sono congeniali alle loro caratteristiche di *gender*.

Il *visual kei* appare dunque come un movimento innovativo, ma non sembra ancora capace di rompere i binomi tradizionali. Dalla nascita di questo filone del rock giapponese, quella che ne trae più vantaggio è la sfera maschile,³⁰⁶ in quanto riconquista degli elementi come il trucco e la cura della persona che, con la società patriarcale, sono andati persi. Al contrario, nonostante si possa evidenziare che il *visual kei* ha facilitato la frequentazione della scena rock alle donne giapponesi, quando precedentemente la loro partecipazione ai concerti era fondamentalmente limitata ai casi in cui accompagnassero degli amici o i fidanzati.³⁰⁷ la controparte femminile non vede allargarsi le possibilità socialmente riconosciute al suo *gender*, e il numero di ragazze membro di una rock band continua a non aumentare. Tramite il *cosplay*, queste fan possono avere l'illusione di diventare un tutt'uno con l'artista e di dividerne l'identità, sperimentando così il mondo del rock: tuttavia, queste ragazze rimangono, forse inconsapevolmente, chiuse in una comunità tutta femminile, lontana da quella che è l'attività nella scena di questo genere musicale.

³⁰⁵ KOIZUMI, "Isei wo yosou...", cit., pp. 217, 225; INOUE, "Constructing Male Aesthetics...", cit., p. 213-214.

³⁰⁶ INOUE, "Kakuchō sareta...", cit., p. 147; INOUE, "Constructing Male Aesthetics...", cit., p. 213

³⁰⁷ KOIZUMI, SUZUKI, "Vijuaru kei kosupure...", cit., p. 59.

5. PERCHÉ PROPRIO IN GIAPPONE? E CHE EFFETTI HA AVUTO SULLA SOCIETÀ?

5.1 COS'HA RESO POSSIBILE IL BOOM DEL *VISUAL KEI* IN GIAPPONE?

Come è emerso dai precedenti capitoli, il *visual kei* è un movimento estremamente innovativo nato in Giappone nell'ambito della musica rock, ma che presenta ed esercita influenze in vari ambiti della cultura popolare e della cultura giovanile del Paese. Sorge spontaneo chiedersi perché un movimento trasgressivo come questo sia nato proprio in Giappone, e, soprattutto, come sia stato possibile che arrivasse a conquistare un pubblico tale da entrare, anche se momentaneamente, nel mainstream musicale.

A un primo sguardo, può stupire come il *visual kei* sia nato proprio in Giappone, uno dei paesi più caratterizzati da un alto grado di uniformità nel vestiario. Lo stesso Brian J. McVeigh, autore del volume *Wearing Ideology – State, Schooling and Self-Presentation in Japan*, sottolinea:

Japan is a uniformed society. There are the sararīman (“salary man”, i.e. white-collar workers) in their dark-blue suits, white shirts and conservative ties; young men, concerned with presenting the appropriate and “uniform” self, carrying briefcases (sometimes with nothing inside); the OLs (“office ladies”, i.e. secretaries) in their prim company uniforms; sharply dressed and hatted “elevator girls” whose robotic but delicate gestures and soft voices guide customers on and off department store elevators; housewives in their aprons and large slippers; the cab drivers, bus drivers and train station personnel in their white gloves; the elderly guards and tour guides, dressed in pseudo-military style uniforms, who politely usher people in and out, to and fro; the identically clad school toddlers with their yellow caps and oversized backpacks; and the older male students in their military-inspired navy blue uniforms and the female students in their “sailor uniforms”. Indeed, it sometimes seems as if everyone in Japan is in uniform. Even the gangsters have a type of regulated dress comprised of flashy suits, loud neckties, expensive jewelry, sunglasses and closely cropped hair (cf. Raz 1992: 20). Many societies, of course, have uniforms, but it is hard to find a place where people so enthusiastically and systematically outfit themselves in uniforms as in modern Japan.³⁰⁸

Questa breve premessa proposta da McVeigh rende bene l'idea di quanto sia codificato e

³⁰⁸ MCVEIGH, Brian, *Wearing Ideology – State, Schooling and Self-Presentation in Japan*, New York, Berg, 2000, p.1.

importante l'abbigliamento in Giappone, un Paese in cui a tutt'oggi "il tuo vestito è quello che sei",³⁰⁹ dato che non solo le autorità, ma l'intero sistema sociale "emphasized a 'productivity ideology of standardization, order, control, rationality and impersonality'".³¹⁰ La conformità alle aspettative sociali in quanto membro di uno specifico *seken* 世間, "the surrounding world of community consisting of neighbors, kin, colleagues, friends, and other significant persons whose opinions are considered important",³¹¹ appare particolarmente importante nel momento in cui si inserisce in un dominio denominato *soto-omote* 外 / 表, cioè nella sfera pubblica, che comprende l'ambito lavorativo, scolastico, cerimoniale ecc., dove è previsto un insieme di abbigliamento, modi e atteggiamenti estremamente codificati, il cui rifiuto o errore può comportare conseguenze anche gravi per la reputazione sociale dell'individuo.³¹² La popolazione giapponese deve dunque attenersi a un'etichetta molto rigida, diversificata in base al sesso, all'età, all'impiego, nonché al gruppo di appartenenza: l'uniforme, o, in sua assenza, il codificato sistema di abbigliamento che porta alla sostanziale conformità all'interno di ciascun ambito sociale, ha dunque la funzione di rispecchiare la propria posizione e il proprio status, quasi come un biglietto da visita che permette ai terzi di capire immediatamente che tipo di persona si ha davanti. Il valore della *material culture*³¹³ è così radicato nella società da essere in alcuni casi estremizzato come mezzo di espressione di appartenenza a un gruppo in quanto "certain pieces of clothing associated with socioeconomic class distinctions can make one 'feel' affiliated with one class or another",³¹⁴ arrivando, in casi estremi, all'utilizzo di alcuni capi in funzione del rafforzamento e della legittimazione della propria posizione, come nell'esempio proposto da McVeigh: "In order to appear more 'uniform', some young man, concerned with presenting the appropriate 'businessman' self, might even carry an empty briefcase".³¹⁵ Neanche bambini e ragazzi sono esentati da questa ricerca della conformità, non solo fisica, ma anche mentale: il sistema scolastico giapponese non incoraggia il pensiero indipendente, creativo e analitico, al contrario, punta sull'ortodossia penalizzando l'originalità,³¹⁶ in un contesto in cui "The politico-economic elites behind the official ideology hope to transform distal roles (e.g. 'acting like a good student'), into coupled roles (e.g. 'being a good student')".³¹⁷ Tuttavia, l'individualità non sempre si presta al processo ideale di uniformazione. Al contrario, più

³⁰⁹ DONALD, *Image Factory...*, cit., p. 138.

³¹⁰ MCVEIGH, *Wearing Ideology...*, cit., p. 16.

³¹¹ MCVEIGH, *Wearing Ideology...*, cit., p. 20.

³¹² MCVEIGH, *Wearing Ideology...*, cit., pp. 20-27.

³¹³ Per *material culture* si intendono oggetti carichi di significato socio-culturale, inglobando anche l'ambito dell'estetica e dell'abbigliamento. MCVEIGH, *Wearing Ideology...*, pp. 10-11.

³¹⁴ MCVEIGH, *Wearing Ideology...*, cit., p. 120.

³¹⁵ MCVEIGH, *Wearing Ideology...*, cit., p. 117.

³¹⁶ HENSHALL, Kenneth G., *DIMENSIONS OF JAPANESE SOCIETY – Gender, Margins and Mainstream*, New York, Palgrave MacMillan, 1999, pp. 109-121.

³¹⁷ MCVEIGH, *Wearing Ideology...*, cit., p. 98.

forte è la conformità imposta dalla società, più è probabile che nascano delle forme di protesta, come il *visual kei*, che si attuano tramite tre modalità: l'appropriazione di alcune forme di abbigliamento, accessori o stili non consoni all'individuo; la sovversione, cioè l'alterazione, il danneggiamento o l'eliminazione di qualche elemento dell'etichetta di competenza del soggetto; e la conversione, cioè l'attribuzione di un significato diverso da quello comunemente riconosciuto.³¹⁸ McVeigh individua nella cultura del *kawaii* 可愛い³¹⁹ e nello stile ribelle i due punti principali di queste forme di resistenza. In questa seconda categoria si classifica il *visual kei*: la sua nascita rappresenta il culmine del desiderio di espressione della propria individualità a lungo represso dai forti schemi sociali imposti dal sistema ideologico del Paese. Come afferma Matsumoto Hiroshi, il fenomeno non è spiegabile come un semplice mezzo per attirare la curiosità del pubblico, ma come un tentativo di manifestare la propria personalità, che non trovava spazio nella società. I giovani che hanno dato vita al movimento, hanno dunque creato un proprio stile che sconvolge tutte le convenzioni ritenute valide e naturali nella visione del mondo dominante, trovando così una via di fuga dal forte conformismo che li opprimeva, differenziandosi dai gruppi sottoculturali occidentali che solitamente nascono come una forma di ribellione a una determinata situazione sociale e non come forma di espressione di individualità. Inoltre, proprio a causa della differenza rispetto alla scintilla che porta alla nascita dei movimenti occidentali, il *visual kei*, come la maggior parte delle sottoculture giovanili giapponesi, quasi non presenta cattivi comportamenti e sentimento antisociale: la acquisizione di uno stile che esce dagli schemi previsti dalla società è sufficiente a placare la frustrazione dell'individuo.³²⁰

Lo stesso contesto storico in cui si sono sviluppati non solo il *visual kei*, ma anche il *japameta*, non è casuale. Infatti, con la rapida crescita e il raggiungimento dello status di potenza economica da parte del Giappone negli anni Settanta, un numero sempre maggiore di giovani ha dato segni di rifiuto dei modelli tradizionali, come il *salarīman*, devoto al lavoro e colonna portante della famiglia patriarcale, ideale maschile per eccellenza.³²¹ Grazie al benessere che si diffuse tra la popolazione in quegli anni, i giovani dimostrarono una scarsa dedizione al bene comune, concentrandosi principalmente sulla soddisfazione momentanea dei propri desideri, che negli anni Ottanta sfociò in un materialismo e un consumismo estremizzati che hanno pochi eguali al

³¹⁸ MCVEIGH, *Wearing Ideology...*, cit., pp. 161-165.

³¹⁹ Per *kawaii* si intende una estetica quotidiana che punta a creare un'immagine pura, immatura, dolce e graziosa. Il termine significa carino, e viene utilizzato per descrivere oggetti tondeggianti dall'aria infantile, solitamente dalle tonalità pastello e molto colorati, che diventano il fulcro di questa cultura del "*cute*", particolarmente diffusa in Giappone.

³²⁰ HENSALL, *DIMENSIONS OF...*, cit., pp. 115-117; MCVEIGH, *Wearing Ideology...*, cit., p. 163.

³²¹ HENSALL, *DIMENSIONS OF...*, cit., pp. 1-8.

mondo.³²² Il cambiamento nell'atteggiamento della popolazione può essere imputato a un sentimento di euforia nato dalla favorevole situazione economica, a cui conseguì l'idea che l'era della dedizione al lavoro e alla società che aveva caratterizzato e, in alcuni casi oppresso, la società giapponese, fosse finita, per lasciar spazio a un nuovo modello di vita incentrato sull'individuo, sui suoi interessi e sulle sue necessità. Il *visual kei* nacque gradualmente tra la metà e fine degli anni Ottanta, in corrispondenza degli ultimi anni di benessere che precedettero lo scoppio dell'economia della bolla. Gli esponenti del movimento ebbero la possibilità di soddisfare il proprio desiderio di espressione di individualità proprio grazie al periodo favorevole, che non poneva sulle loro spalle la responsabilità di rendersi utili a una collettività in cui regnava il benessere. Tuttavia, il boom del movimento si ebbe in un contesto socio-economico totalmente diverso, a seguito della crisi finanziaria che colpì il Giappone negli anni Novanta, causando la crisi del "lifetime employment", con un alto numero di licenziamenti e tagli sugli stipendi, che comportarono per la popolazione un calo di fiducia nelle autorità, nel sistema lavorativo e della dedizione a esso.³²³ I modelli identitari tradizionali di mascolinità e femminilità entrarono dunque in crisi, e si diffuse la necessità di trovare dei nuovi canoni su cui costruire se stessi:

In a typical modern family comprising a father who is a salaried worker, a mother who is a full-time housewife, and children, the father is devoted to his kaisha (company) and does nothing at home, while the mother finds her self-worth in bringing up her children. When boys reject identifying themselves with the corporate world that their fathers belong to, and struggle to escape from their mothers' domestic world; when boys cannot find a place in the existing society of domesticated men and women, they may find or form a rock band as a self-chosen/self-constructed community where they can construct an identity for themselves. Otherwise they may suffer an identity crisis.³²⁴

Il rifiuto dei tradizionali ruoli maschili e femminili sfocia nella ricerca ossessiva di un'identità alternativa, adatta alla propria personalità e ai tempi moderni. Si assistette dunque alla nascita di gruppi sottoculturali e vari boom consumistici, molto spesso legati a prodotti virtuali quali manga, anime e videogiochi, che consentissero alla popolazione di trovare una via di fuga dalla realtà e, in alcuni casi, fonti di ispirazione su cui basare la costruzione della propria individualità.³²⁵ In questo quadro rientra anche il *visual kei* che, con la sua estetica trasgressiva che sfida le comuni interpretazioni di gender, fu interpretato da molti giovani come un vero e proprio modello

³²² HENSHALL, *DIMENSIONS OF...*, cit., pp. 117-118; IDA, Yumiko, *Rethinking Identity in Modern Japan – Nationalism as aesthetics*, Londra, Routledge, 2002, pp. 177-182.

³²³ HENSHALL, *DIMENSIONS OF...*, cit., p. 5; IDA, *Rethinking Identity...*, cit., pp. 209-258.

³²⁴ INOUE, "Constructing Male Aesthetics...", cit., p. 199.

³²⁵ IDA, *Rethinking Identity...*, cit., pp. 226-232.

alternativo di identità a cui rifarsi, rendendo possibile l'applicazione del concetto di *resistance consumption*: una forma di consumismo incentrata sull'ammirazione e l'utilizzo ossessivo dei simboli e degli stili ribelli del momento, che sfidavano il principio di unità e coesione sociale così forte in Giappone.³²⁶ Ne consegue che un movimento nato come mezzo per dare espressione alla propria individualità, si trasforma gradualmente in un anticonformismo conformista, che segue un insieme di norme differenti rispetto a quelle imposte dalla società.³²⁷ Se da una parte il suo carattere ribelle portò alla nascita del *naritai zoku*, formato da *cosplayer* e *ban'yaro*, gettando le basi per la continuità del genere, dall'altra, il suo carattere ribelle permise al *visual kei* di arrivare al suo boom di popolarità, non limitato al suo *fandom wannabe*, ma allargato a un ampio pubblico che, pur non facendo del movimento un modello di identità a cui conformarsi, tramite il consumo di riviste, DVD e CD, aveva la possibilità di sognare in una realtà parallela, sfuggendo momentaneamente alle difficoltà quotidiane.

Un altro fattore che ha permesso al fenomeno di arrivare a conquistare il pubblico mainstream degli anni Novanta è la percezione dell'androginia, che si differenzia da quella occidentale. A questo proposito, è interessante citare un passaggio della ricerca di Megan Pfeifle, che individua nelle questioni di genere, una delle barriere che ostacolano l'accettazione del *visual kei* oltreoceano:

One must consider that the androgynous look of visual artists may be disturbing and considered "homosexual" to a Western fan. [...] The Western reaction to visual kei's androgyny and general awareness of the genre was tested when surveying 231 Northern Virginia college students on their awareness of visual kei. [...] Further, when their ability to appropriately identify the gender of a male visual kei group was tested, 57% of students inaccurately identified some members as female. Likewise, showing the same students a female visual kei band, 86% of students misidentified some members as male. When the real answers were revealed, many students were in shock, other refused to believe it.³²⁸

Agli occhi occidentali, l'androginia presentata dagli artisti del movimento viene generalmente interpretata come manifestazione di omosessualità o, quantomeno, di ambiguità sessuale che difficilmente vengono accettate dal pubblico. Inoltre, molto spesso, l'osservatore che si basa su un background culturale che prevede dei paradigmi piuttosto rigidi di rappresentazione di femminilità e mascolinità, si vede incapace di distinguere correttamente il sesso biologico di questi musicisti. Al contrario, non solo in Giappone la sessualità dell'individuo non ha un grande peso nella formazione dell'identità, e i vari orientamenti sessuali, in modo particolare l'omosessualità maschile, sono

³²⁶ MCVEIGH, *Wearing Ideology...*, cit., pp. 157-160.

³²⁷ HENSHALL, *DIMENSIONS OF...*, cit., p. 116.

³²⁸ PFEIFLE, "Exposing the underground..." , cit., p. 82.

tacitamente accettati, ma il Paese ha anche sempre dimostrato una sostanziale tolleranza rispetto alle rappresentazioni di genere alternative rispetto a quelle comunemente ritenute valide e “ufficiali”, soprattutto nell’ambito del mondo dello spettacolo.³²⁹ Infatti, si trovano moltissimi personaggi televisivi, in particolare uomini, che si presentano nelle vesti dell’altro sesso, spesso con carattere ludico, e pop star dall’estetica androgina. La frequente presenza di queste figure in televisione, riviste e pubblicità, tradisce la simpatia che i media, e, di conseguenza, il pubblico, hanno per queste figure. Fin dall’antichità, il mondo dello spettacolo giapponese ha visto un susseguirsi di correnti e tradizioni in cui dilaga il *cross-dressing*: le *shirabyōshi* 白拍子 di periodo Kamakura (1185-1333), danzatrici che si esibivano in veste maschile, in modo da ottenere la forza sovranaturale dell’androgina, gli *onnagata* del kabuki e, in epoca moderna le *otokoyaku* del *Takarazuka*, sono solo alcuni esempi di come la sessualità dell’artista non ne limitasse il repertorio di figure interpretabili, sfociando spesso nella personificazione del sesso opposto.³³⁰ A questo proposito, Mark J. McLelland evidenzia che:

Due to the historical association between cross-dressing and the entertainment world, not all cross-dressed or cross-gendered individuals in that world are understood to be homosexual. [...] The situation then, is rather complex. Japanese people seem to identify homosexuality with cross-dressing and transgenderism but when the cross-dressing takes place in a specific social spaces, such as the television, the entertainment world and the entertainment areas (such as Tokyo’s [sic!] Shinjuku district) they are reluctant to read this as an expression of sexual identity, preferring to see it as an individual’s act or performance.³³¹

La lunga tradizione di travestitismo nell’intrattenimento giapponese, spiega dunque la familiarità con questa forma di rappresentazione di genere dell’artista e la conseguente approvazione. Proprio per questo motivo, il *cross-dressing*, se praticato in un ambito vicino a quello del mondo dello spettacolo, non viene interpretato come un mezzo tramite cui dare manifestazione al proprio orientamento sessuale, quanto più come una forma di arte e intrattenimento. Si viene a creare dunque un divario tra la percezione del travestitismo nel mondo reale e quotidiano, in cui si assiste all’identificazione del *cross-dressing* con la sessualità dell’individuo, e in quello dello spettacolo, in cui i due ambiti sono distinti. Le figure androgine del *visual kei* hanno dunque trovato

³²⁹ HENSHALL, *DIMENSIONS OF...*, cit., pp. 3, 43-46; MCLLELLAND, Mark J., *Male Homosexuality in Modern Japan: Cultural Myths and Social Realities*, Curzon, 2000, p. 43.

³³⁰ SAEKI Junko, “Beyond the Gender Dichotomy: The Cross-dressing Tradition in Japanese Theatre”, *Intersections: Gender and Sexuality in Asia and the Pacific*, vol. 16, Marzo 2008, <http://intersections.anu.edu.au/issue16/saeki.htm> (ultimo accesso: 27 dicembre 2012).

³³¹ MCLLELLAND, *Male Homosexuality...*, cit, p. 44.

un terreno fertile in cui affondare le proprie radici, libere dagli ostacoli morali che ne frenano la popolarità all'estero. Infatti, anche nel caso di questo movimento, l'androginia degli artisti non è stata interpretata come un segno di ambiguità sessuale, fatta eccezione per uno sporadico episodio, citato da Inoue in *Visual kei to jendā*, che vede un presentatore televisivo chiedere a IZAM, il femminile vocalist della band SHAZNA, se fosse omosessuale.³³² Tuttavia, a conferma di quanto affermato da McLelland, precedentemente al successo del genere, i giovani musicisti che, per le strade delle città, sfoggiavano i capelli lunghi e il trucco, si vedevano frequentemente attribuire l'etichetta di *okama* オカマ,³³³ come sottolineato da Matsumoto Hiroshi in un'intervista circa l'adolescenza del defunto fratello maggiore.³³⁴

Inoltre, la bellezza androgina è uno dei temi ricorrenti della letteratura classica di periodo Heian (749-1185), in particolar modo dei *monogatari* 物語, come il *Genji monogatari* di Murasaki Shikibu. Questi testi, nati nell'ambiente di corti del periodo, sono esemplificativi del mondo aristocratico della capitale, in cui l'ideale di bellezza maschile e femminile non era ben distinto, in un susseguirsi di figure raffinate, soavi ed eleganti, distanti dagli ideali di virilità occidentali, che, avvolte in numerosi strati di kimono, nascondevano i lineamenti del corpo, facilitando la creazione di figure androgine.³³⁵ Anche se con l'avvento dell'aristocrazia militare in periodo Kamakura prima, e della società patriarcale poi, l'estetica maschile giapponese perse quel carattere di grazia ed eleganza che aveva caratterizzato il mondo della corte imperiale, il valore estetico della transitorietà della bellezza e della purezza non fu dimenticato, e sfociò nella creazione del *bishōnen*, un ragazzino la cui bellezza può essere paragonata a quella di un fiore e, molto spesso, considerato come femminile dagli occhi occidentali.³³⁶ L'androginia non entra dunque in conflitto con l'ideale maschile più tradizionale, ed è ripresa frequentemente negli *shōjo manga* e dalle *otokoyaku* del teatro *Takarazuka*, a rappresentare, dal punto di vista femminile, l'ideale maschile più alto, avvicinandosi a una forma di androginia intesa come *gender* misto o indeterminato.³³⁷ Gli esponenti del *visual kei*, similmente agli *idol*, sfruttano il fascino dell'androginia e si avvicinano a queste figure di *bishōnen* tanto amate dalle donne giapponesi: il grande successo del movimento tra

³³² INOUE, "Vijuaru kei to jendā...", cit., p. 34.

³³³ Il termine *okama* deriva da uno slang indicante l'atto sessuale omosessuale, e ha solitamente una connotazione negativa. Tuttavia, al giorno d'oggi il termine è utilizzato in maniera più ampia, e arriva a indicare un uomo che sfoggia un'aurea transgender. È considerato lo stereotipo dell'omosessuale maschile, spesso rappresentato come travestito o effeminato.

³³⁴ *hide DAYS...*, cit., p. 101.

³³⁵ SAEKI, "Beyond the Gender...", cit.

³³⁶ HENSHALL, *DIMENSIONS OF...*, cit., pp. 4-5, 44-47.

³³⁷ HENSHALL, *DIMENSIONS OF...*, cit., pp. 44-47; JUNG, Sun, "The shared Imagination of *Bishōnen*, Pan-East Asian Soft Masculinity: Reading DBSK, Youtube.com, and Transcultural New Media Consumption", *Intersections: Gender and Sexuality in Asia and the Pacific*, vol. 20, Aprile 2009; <http://intersections.anu.edu.au/issue20/jung.htm> (ultimo accesso: 4 maggio 2013).

il pubblico femminile non può essere spiegato solamente appellandosi all'elaborata estetica presentata dagli artisti che avvicinò il mondo della musica rock all'universo femminile, ma è in gran parte dovuto alla sua aura che richiama il fascino di figure maschili non presenti nella realtà quotidiana, ma più vicine a quelle del mondo ideale dello *shōjo manga*, apprezzato e diffuso tra le donne giapponesi di tutte le età. Infatti, come affermato dalla redazione della rivista *SHOXX*, nel *visual kei* “la bellezza del look viene per prima, e in un certo senso assomiglia al mondo degli *idol*”:³³⁸ come evidenziato in precedenza, nonostante il movimento presenti un sound molto vario ed elaborato e di alto livello, molte fan si avvicinano a questo fenomeno grazie al fascino dell'androginia estetica degli artisti. Il primo impatto con il *visual kei* è dunque solitamente visivo, ed è uno dei punti base per la creazione di un *fandom*. Come evidenzia Marry White, la fantasia e il sogno sono due elementi cardine della cultura giovanile, e, esattamente come i *bishōnen* che appaiono nei manga, gli *idol* e il *visual kei* hanno la funzione di fornire alle ragazzine una via di fuga dalla realtà quotidiana verso un mondo ideale, con modelli di virilità alternativi, e di dare loro la possibilità di fantasticare circa la possibilità di avere un fidanzato che incarni questo ideale di bellezza, spesso fatto coincidere con l'artista dando origine a un *fandom giji renai taipu*, come precedentemente analizzato.³³⁹

Il *visual kei* è dunque un movimento che ha visto la sua nascita non a caso in Giappone, e può essere considerato come una risposta alla necessità di sfuggire ai rigidi modelli identitari previsti dalla società, in quanto non solo il desiderio di dare espressione alla propria individualità, ma anche la condizione economico-sociale, li ha resi inadeguati e insufficienti. Inoltre, la sua accettazione da parte del pubblico è stata favorita dalla familiarità dei giapponesi con le figure androgine del mondo dello spettacolo, della letteratura e del manga.

5.2 L'INFLUENZA GIOCATO DAL *VISUAL KEI* SULLA SOCIETÀ E LA CULTURA POPOLARE

Come tutte le sottoculture, il *visual kei* ha esercitato delle influenze nella società giapponese, soprattutto nel mondo giovanile. Analizzando le condizioni che hanno portato al suo boom, è stato evidenziato come il fenomeno si sia sviluppato in corrispondenza di un contesto socio-economico di grande cambiamento, in cui i classici modelli identitari non erano più adeguati, diventando un “role

³³⁸ “Shinjidai ni totsunyū...”, cit.

³³⁹ INOUE, “Constructing Male Aesthetics...”, cit., p. 214; WHITE, Marry, “The marketing of adolescence in Japan: buying and dreaming”, in SKOV, Lise, MOERAN, Brian (a cura di), *WOMEN MEDIA AND CONSUMPTION IN JAPAN*, Richmond, Curzon Press, 1995, pp. 255-273.

model for boys who are not satisfied with identifying themselves with existing social values".³⁴⁰ Tuttavia, il boom raggiunto dal movimento, non ebbe come unica conseguenza la nascita di un *fandom wannabe*, ma lasciò una traccia indelebile nella cultura giovanile, specialmente fra i giovani di sesso maschile. In un breve passaggio del suo saggio *Constructing Male Aesthetics in Rock and Makeup: Gender Strategies by Musicians and Fans of Visual Rock in Japan*, Inoue delinea in modo completo ed esaustivo, il cambiamento nella vita quotidiana della maggioranza dei giovani giapponesi:

Thanks to X, Japanese rock bands got the chance to record major hits, the number of amateur bands increased tremendously, and wearing makeup became popular not only among rock bands but also among ordinary boys. Several men's magazines devoted to fashion, hairstyle, cosmetics etc. commenced publication in rapid succession, and men's aesthetic (beauty) salons have opened. In other words, boys can now have both the powerful rock sound conventionally associated with masculinity and the beauty industry, which was previously regarded as belonging solely to the women's sphere. Thus the gender categories have changed; now the symbols of the beauty industry have become symbolic of a 'beautiful man' in an appropriated trans-gendered image, thus creating a newly extended male aesthetics. In other words, this new male aesthetics created by visual rock was achieved through the reappropriation of modes of bodily representation that had long been confined to the women's sphere combined with a macho body with physical power.³⁴¹

Il boom portò il *visual kei* nelle case giapponesi e consentì a quasi tutta la popolazione di entrare in contatto con questo nuovo modello estetico, indipendentemente dall'amore o odio per questo particolare filone musicale. Ne consegue che, a volte inconsapevolmente, i ragazzi assimilarono il concetto di "kakuchō sareta otoko no bigaku", e presero a porre maggiore attenzione alla propria estetica, al fine di avvicinarsi ai nuovi modelli maschili. Infatti, nel mondo dello spettacolo si assistette a un ricorso molto più frequente all'androginia, al fine di reggere il confronto con le nuove star della musica. Anche gli *idol*, da sempre simbolo della bellezza maschile, dovettero riarrangiare la propria estetica e, anche in questo ambito dell'entertainment, aumentarono gli artisti dalla figura androgina, dai capelli tinti, dalle sopracciglia fine e perfette, e dai costumi per i concerti sempre più elaborati e pomposi. La simpatia per l'ideale del *bishōnen*, e di conseguenza, per le nuove personalità televisive e musicali, diede un'ulteriore spinta allo sviluppo dell'estetica maschile, in quanto, come sottolineato da Inamasu, tra la fine degli anni Novanta e l'inizio del nuovo millennio, si assiste alla tendenza a un cambiamento sociale per cui non è più l'uomo a

³⁴⁰ INOUE, "Constructing Male Aesthetics...", cit., p. 199.

³⁴¹ Ibid.

scegliere la sua donna, bensì il contrario: moltissimi ragazzi giapponesi cercano dunque di uniformarsi ai nuovi modelli di virilità che più attirano la controparte femminile.³⁴² Se ne trova conferma anche in *Male beauty work*, in cui Miller afferma che:

The ascendance of male stars such as Kimutaku³⁴³ reflects a shift in Japanese canons of taste for young heterosexual men. While previous generations were evaluated primarily on the basis of character, social standing, earning capacity, lineage and other social criteria (Applbaum 1995; PHP Intersect 1987), young men these days are increasingly concerned with their status as objects of aesthetic and sexual appraisal. [...]When based on a blunt contrast with grey salarymen drabness, men like Hyde, lead vocalist for the group L'Arc-en-Ciel, and Kimutaku might indeed seem 'feminine'. But viewed from the perspective of women's desires, these men retain their masculinity which is concurrently presented with a surface beauty. When a woman says of an androgynous J-Pop icon that 'He's not vulgar, and seems like he'd be calm and steady in bed', she is hardly describing someone overly effeminate (An An 1997).³⁴⁴

La studiosa evidenzia dunque come ci sia stato un cambiamento nella mentalità femminile e nei criteri di scelta del compagno che, andando al di là delle semplici questioni economiche e sociali, da un'importanza sempre maggiore all'aspetto, con la conseguente necessità da parte degli uomini giapponesi di curare sempre di più il look, proprio secondo i canoni proposti dai personaggi televisivi, tanto che, secondo la testimonianza di Laura Miller, è frequente trovare nei centri estetici esclusivamente maschili, poster e foto che ritraggono *idol* del J-pop e star del *visual kei*, quali i GLAY e i L'Arc~en~Ciel.³⁴⁵ Inoltre, il dedicarsi alla cura della propria persona in una chiave estetica alternativa, può essere interpretato anche come una via di fuga dalla pressione che la società impone ai giovani, dagli esami di ammissione ai vari gradi del sistema scolastico alla ricerca di un lavoro stabile e "per bene", tentando di plasmare il percorso dell'individuo in modo da orientarlo verso il raggiungimento del modello di uomo per eccellenza di una società patriarcale: in altre parole, è considerabile come un mezzo su cui contare per opporre resistenza ai classici modelli identitari che hanno caratterizzato il mainstream delle generazioni precedenti. Il ricorso a una estetica alternativa, appropriandosi di sfere tradizionalmente considerate come prerogativa femminile, come quella del trucco, delle tinte per i capelli, e l'epilazione, consentono al ragazzo di distaccarsi dalle aspettative comuni e realizzando l'espressione della propria individualità: come

³⁴² INAMASU, "Naze ima...", *Ushio*, cit., p. 166.

³⁴³ Popolare membro della band SMAP (1991-in corso), uno dei gruppi di idol più famosi del Giappone.

³⁴⁴ MILLER, Laura, "Male beauty work in Japan", in SUZUKI Nobue, ROBERSON, James E. (a cura di), *Men and Masculinities in Contemporary Japan – Dislocating the salaryman doxa*, New York, Routledge, 2002, p. 37, 52.

³⁴⁵ MILLER, "Male beauty ...", cit., p. 45.

afferma Inamasu, “quando seriamente si deve pensare ‘io cosa sono?’, quella che si prende in considerazione come prima cosa è l’aspetto esteriore, in quanto un criterio basilare di facile comprensione”.³⁴⁶ La cura della persona è stata favorita dalla nascita di riviste, come ad esempio *MAN’S NON-NO*, *FINE BOYS* e *POPAYE*, interamente dedicate all’abbigliamento, al trucco e allo hair styling maschile, includendo spesso servizi fotografici di *idol* e artisti rock come modello di estetica da perseguire, portando così alla riconquista di ambiti come quello della cosmetica, tradizionalmente limitati alla controparte femminile. Già negli anni Ottanta, hanno fatto la loro comparsa in Giappone dei centri estetici dedicati esclusivamente agli uomini, incentrati sullo *hair styling*, ma, a partire dalla seconda metà degli anni Novanta, l’attività di questi saloni si allarga a inglobare trattamenti di cura per il viso, manicure, epilazione, e molti altri trattamenti estetici pensati appositamente per clienti di sesso maschile.³⁴⁷ L’industria della cosmetica maschile cominciò ad apparire sul mercato nella prima metà degli anni Ottanta, con l’inaugurazione nel 1984 di un angolo dedicato al make up rivolto agli uomini nel centro commerciale Isetan, e, due anni più tardi, si assiste alla nascita da parte della casa produttrice Gear, di una linea di fondotinta, maschere per il viso ed eyeliner pensati per un uso specifico maschile.³⁴⁸ A partire da questo momento, l’industria cosmetica ebbe un rapido sviluppo, e si assistette a un incremento dei consumi del 70% tra gli anni Ottanta e gli anni Novanta, arrivando a raggiungere i due miliardi di dollari all’anno all’inizio del nuovo millennio.³⁴⁹ In modo particolare, è significativo notare come tra il 1998 e il 1999, in corrispondenza dell’apice del boom del *visual kei*, ci fu un incremento di ben il 40% nell’offerta di prodotti dedicati alla cura estetica maschile.³⁵⁰ Da una indagine svolta dalla Shiseido, uno dei brand leader dell’industria cosmetica giapponese, si evidenzia come l’85% degli uomini intervistati facesse uso di creme per la pulizia del viso, dimostrando quanto fosse diffusa nel Paese la cura del look maschile, anche tramite l’industria cosmetica. L’allargamento del settore estetico in Giappone, coincide con il periodo di massimo boom del movimento *visual kei*, ed è facile considerare quest’ultimo come uno degli elementi alla base di questa rapida impennata nel consumo dei prodotti cosmetici da parte degli uomini giapponesi. Anche la sempre più spiccata androginità che caratterizza il mondo dello spettacolo e, in modo particolare, i personaggi televisivi che hanno come target il mondo femminile, può essere interpretata come un tentativo di risposta a un movimento che, con la sua trasgressività e forza visiva, rischiava di offuscare il ruolo degli idoli

³⁴⁶ INAMASU, “Naze ima...”, *Ushio*, cit., p. 171.

³⁴⁷ MILLER, Laura, “Male beauty...”, cit., pp. 37-59.

³⁴⁸ MILLER, “Male beauty ...”, cit., p. 45.

³⁴⁹ HAYS, Jeffrey, “MALE BEAUTY AND COSMETICS FOR MEN IN JAPAN”, *FACT AND DETAILS*, 2009; <http://factsanddetails.com/japan.php?itemid=668> (data ultimo accesso: 30 aprile 2013)

³⁵⁰ *Ibid*

delle ragazzine.

Similmente, a fianco al fenomeno del *cosplay*, con il boom del *visual kei* si assistette alla nascita di nuovi filoni di street style, avente come fulcro il quartiere di Harajuku. Anche in questo caso, la maggior parte degli esponenti di questo fenomeno sono ragazze, tradizionalmente più attente alla moda e più libere di dare sfoggio della propria personalità grazie al loro legame con la sfera privata, come visto in precedenza. Gli street style derivati dal *visual kei* sono vari, dal *dekora*, dai colori vivaci e dai mille accessori che lo avvicinano al culto dell'estetica *kawaii*, a uno stile dark e gothico, passando per estetiche tendenti al punk, ma tutte caratterizzate da un alto livello di stravaganza. Come accennato in fase di delineazione dello sviluppo del movimento, con il boom del *visual kei* nacquero numerosi brand di abbigliamento ad esso ispirati, tra cui i precedentemente nominati h.Naoto, LEMONeD e Moi-même-Moitié, ma anche SEX POT, ALGONQUIN e BANANA FISH.³⁵¹ Questi marchi diventano la base dello stile sottoculturale elaborato dai giovani, e le loro collezioni sono il fulcro della rivista *KERA*, il mensile totalmente dedicato a questi tipi di street style: non solo vi sono pubblicate guide allo shopping mirato di abiti e accessori stravaganti, al trucco e alle acconciature, ma propone anche servizi fotografici aventi come modelli gli artisti delle band *visual kei* più in voga, a conferma dello stretto legame tra questo filone musicale e la corrente estetica giovanile che colora le strade di Tōkyō. Similmente a quanto avviene con il *cosplay*, una consistente sezione della rivista è dedicata alle foto scattate ai ragazzi che, nei giorni festivi, animano il quartiere di Harajuku, diventando un vero e proprio punto di riferimento per i giovani amanti del genere.

Infine, si può evidenziare una forte influenza del *visual kei* sul mondo dei manga. Infatti, in conseguenza al boom del movimento, si assiste alla creazione di un numero sempre maggiore di manga, specialmente *shōjo*, che fanno dell'elaborata estetica *visual kei* la loro fonte di ispirazione principale: non solo per quanto riguarda l'androginia sempre più marcata delle figure maschili di *bishōnen*, ma in generale per la moda e gli accessori che vi compaiono. Infatti, la forza dell'impatto visivo del fenomeno, ben si adatta alla trasposizione in chiave manga, da una parte arricchendo l'opera di dettagli che ne elevano il livello artistico, dall'altra, allontanando ulteriormente il mondo idealizzato in cui è ambientata la storia da quello quotidiano, rendendo così il prodotto ancor più appetibile agli occhi delle adolescenti. Inoltre, si assiste alla nascita di svariati manga che, similmente a quanto accaduto con il movimento del glam rock e dello heavy metal giapponese, prendono a modello per l'eroe della storia, un musicista appartenente a una band *visual kei*, seguendo il tradizionale schema che vede un'ordinaria studentessa protagonista di una storia

³⁵¹ YAMAGUCHI, "Vijuaru kei kenkyū...", cit., p. 99.

d'amore con un famoso e affascinante artista. Tra tutti gli esempi di questa seconda categoria, è degno di nota il manga *Kaikan frēzu* 快感 フレーズ (Shogakukan, 1997-2000) di Shinju Mayu 新條まゆ, una pubblicazione di enorme successo che portò alla formazione reale della band protagonista del fumetto, gli *Aucifer* (1999-2003). È interessante notare come, a seguito del successo del *visual kei*, ci sia stato un cambiamento sostanziale nella rappresentazione delle attività delle band rock: infatti, se precedentemente i manga ambientati nella scena rock giapponese erano caratterizzati dalla riproduzione di live e concerti in piccola scala, con il boom del movimento questa si allarga, fino ad arrivare a comprendere, in alcuni casi, anche gruppi in attività internazionalmente.³⁵²

Un secondo fenomeno individuabile nel mondo del manga, è il boom che a partire dalla metà degli anni novanta vede un'impennata nel numero di *dōjinshi* 同人誌 (manga amatoriali) ispirati ai musicisti del *visual kei*, il cui genere prevalente è lo *yaoi*, il manga a fondo omosessuale.³⁵³ Questi fumetti nascono dalla convinzione delle fan che, indipendentemente dalla realtà dei fatti, tra due membri di un gruppo vi sia un rapporto amoroso.³⁵⁴ Questa percezione del fenomeno da parte di alcune fan può essere imputabile alla loro tendenza nel guardare agli artisti come a dei modelli maschili alternativi, idealizzandone anche la sessualità. Infatti, l'estetica androgina del movimento, crea nelle fan una sorta di aspettativa che, non solo l'aspetto fisico, ma anche la sessualità dei membri delle band, sia deviata e lontana dai normali canoni di virilità.³⁵⁵ Le storie sono dunque incentrate su rapporti sessuali tra i membri del gruppo preferito della fan autrice del fumetto, e la loro scelta tende a mantenersi fedele ai tradizionali modelli di genere: lo *uke* 受け, il ruolo passivo, viene solitamente destinato ai membri dall'estetica più esile e femminile, mentre il *seme* 攻め, ruolo attivo viene attribuito ai musicisti dall'androgina meno marcata.³⁵⁶ Inoltre, nel suo saggio *Shōjo tachi no ibasho sagashi – vijuaru rokku to shōjo manga*, Murota spiega:

I *bishōnen* che appaiono negli *shōjo manga* presentano tutti un'estetica che ingloba elementi della femminilità, diventando nientemeno che una rappresentazione idealizzata dell'io della scrittrice. Lo stesso si può dire per le rock star, che tramite l'utilizzo del trucco e di costumi pomposi, condividono il significato che i *bishōnen* hanno nel mondo del manga per ragazze. Inoltre, essendo fisicamente uomini, possono sfuggire dalla gravidanza e dal parto, gli svantaggi di cui le donne si fanno carico. In altre parole, per le ragazze i manga di parodia omosessuale aventi come protagonisti *bishōnen* o artisti rock, sono una

³⁵² “Chīsana gensō kara...”, cit.

³⁵³ MUROTA, “Shōjo tachi no ibasho sagashi...”, cit., pp. 175-178.

³⁵⁴ MUROTA, “Shōjo tachi no ibasho sagashi...”, cit., pp. 191-192.

³⁵⁵ MUROTA, “Shōjo tachi no ibasho sagashi...”, cit., p. 170.

³⁵⁶ MUROTA, “Shōjo tachi no ibasho sagashi...”, cit., pp. 191-192.

fantasia sessuale idealizzata dove possono divertirsi spensieratamente senza incorrere nei pericoli che incombono sul sesso debole.³⁵⁷

La scrittura di un manga *yaoi* che ha per protagonisti dei musicisti *visual kei*, ha dunque una doppia funzione. La prima è di idealizzazione dell'individualità dell'autrice e, mediante la identificazione con uno dei due artisti, permette alla fan di intraprendere virtualmente una relazione sentimentale con uno dei suoi musicisti preferiti, soddisfacendo dunque quello che è uno dei punti fondamentali della cultura giovanile: il sogno e la fantasia.³⁵⁸ La seconda funzione di questi *dōjinshi*, si trova nella disagio e nella paura nell'accettare la propria sessualità, e in un certo senso è dunque vicina a una delle motivazioni che spinge le fan a intraprendere l'attività di cosplay: come Aoyama cita in riferimento allo *shōjo manga* in generale, "The popular theme of male homosexuality in shōjo manga can be interpreted as 'a safety device for the shōjo to handle such a dangerous substance as sexuality safely, away from her own body'".³⁵⁹ Infatti, autrice e lettrice possono non solo sognare in un modello di sessualità alternativo e libero da preoccupazioni, ma hanno anche la possibilità di identificarsi a loro piacimento sia con il musicista dall'estetica più virile e dal ruolo attivo, sfuggendo così all'immagine stereotipata femminile che vede nella donna un soggetto passivo e oggetto del desiderio dell'uomo, sia in quello dall'estetica femminile, idealizzando la propria identità di genere e, dall'altra parte, provando l'illusione di essere amata dall'artista suo partner nel *dōjinshi*.

Il *visual kei* è dunque un movimento che ha giocato una forte influenza in svariati ambiti della società e della cultura giapponese, travalicando i confini del semplice genere musicale per diventare un elemento che, oltrepassando il *fandom*, ha influenzato il modo di vivere e i gusti di un'ampia fascia di popolazione e di media, in modo particolare giovanile.

³⁵⁷ MUROTA, "Shōjo tachi no ibasho sagashi...", cit., pp. 180.

³⁵⁸ WHITE, "The marketing ...", pp. 255-273.

³⁵⁹ AOYAMA, "Transgendering shōjo...", cit., p. 54.

APPENDICE

Grafico 1: Andamento delle attività *visual kei* in America

Fonte dati: archivio JaME (<http://jame-world.com/us/schedule.html>)

Andamento delle attività *visual kei* in America (349 eventi totali)

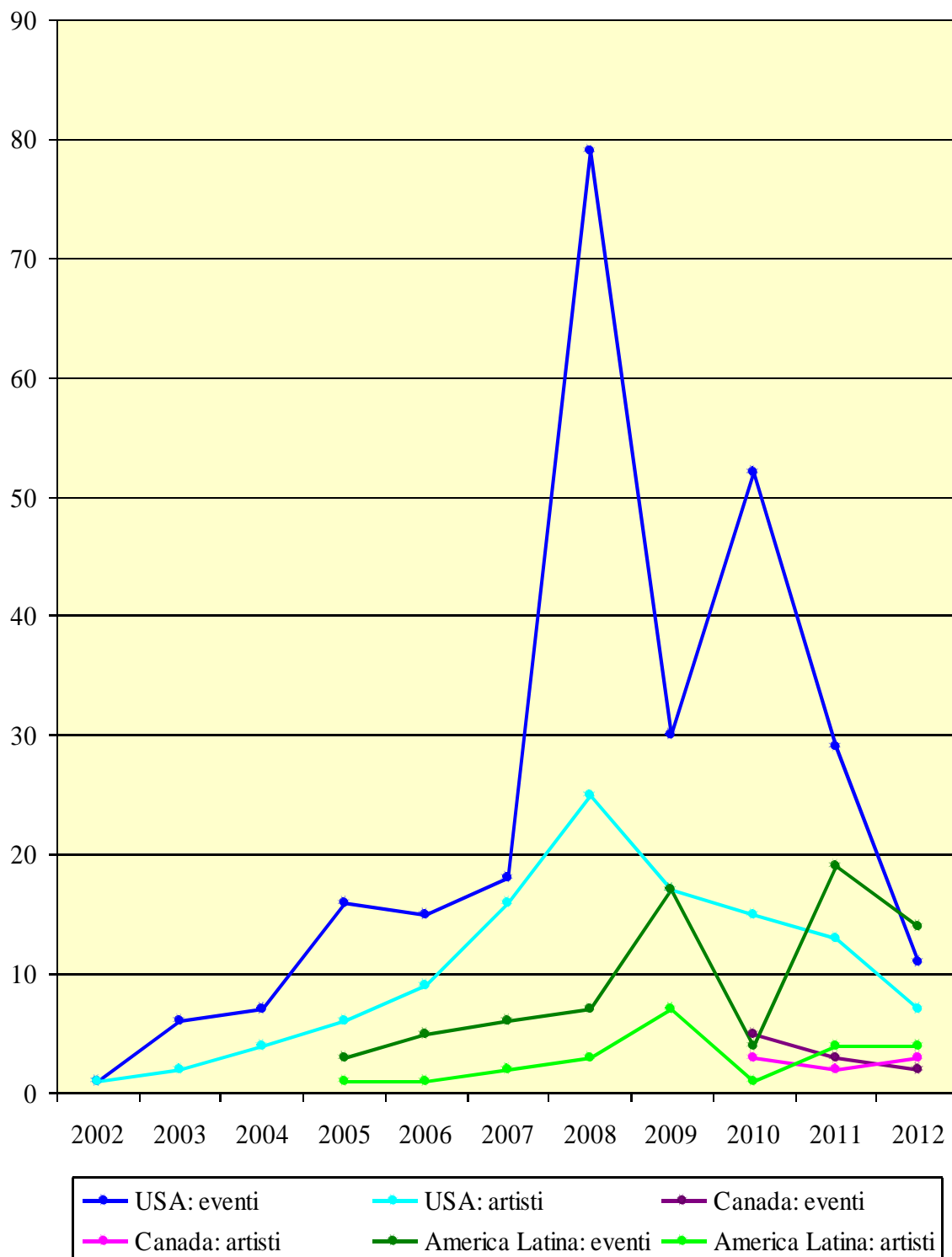


Grafico 2: Ripartizione delle attività *visual kei* in America

Fonte dati: archivio JaME (<http://jame-world.com/us/schedule.html>)

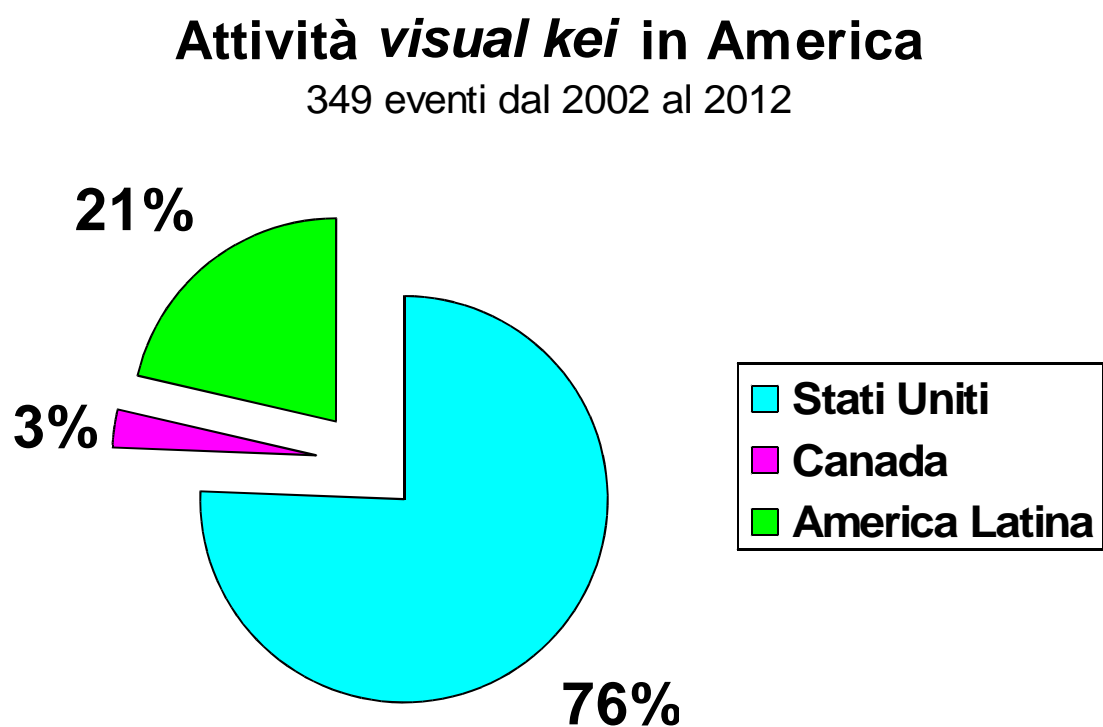


Tabella 2: Ripartizione e andamento delle attività *visual kei* in America

Fonte dati: archivio JaME (<http://jame-world.com/us/schedule.html>)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	TOTALE
USA: eventi	1	6	7	16	15	18	79	30	52	29	11	264
USA: artisti	1	2	4	6	9	16	25	17	15	13	7	115
Canada: eventi									5	3	2	10
Canada: artisti									3	2	3	8
America Latina: eventi				3	5	6	7	17	4	19	14	75
America Latina: artisti				1	1	2	3	7	1	4	4	23

Grafico 3: Andamento delle attività *visual kei* in Europa

Fonte dati: archivio JaME (<http://jame-world.com/us/schedule.html>)

Andamento delle attività *visual kei* in Europa (797 eventi totali)

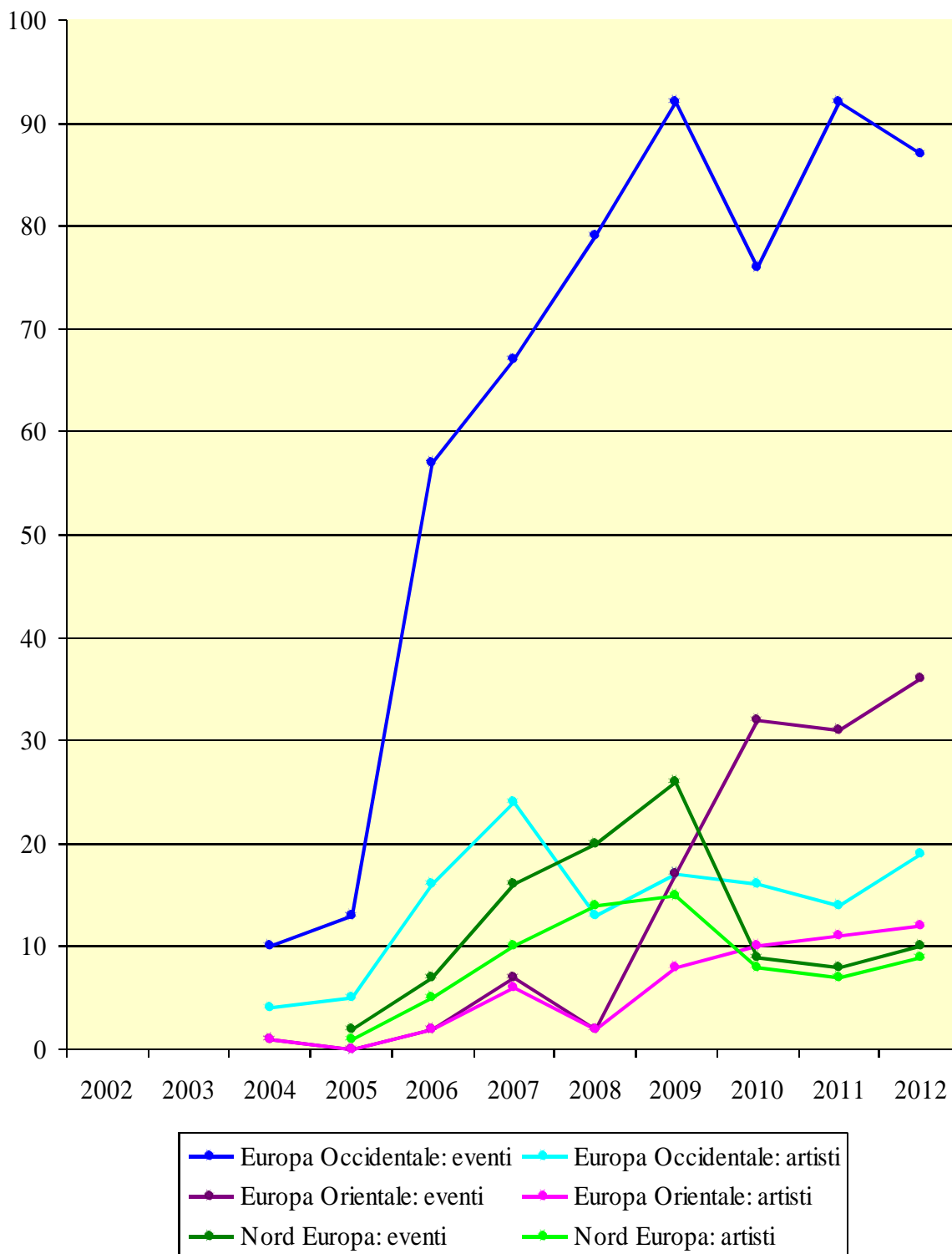


Grafico 4: Ripartizione delle attività *visual kei* in Europa

Fonte dati: archivio JaME (<http://jame-world.com/us/schedule.html>)

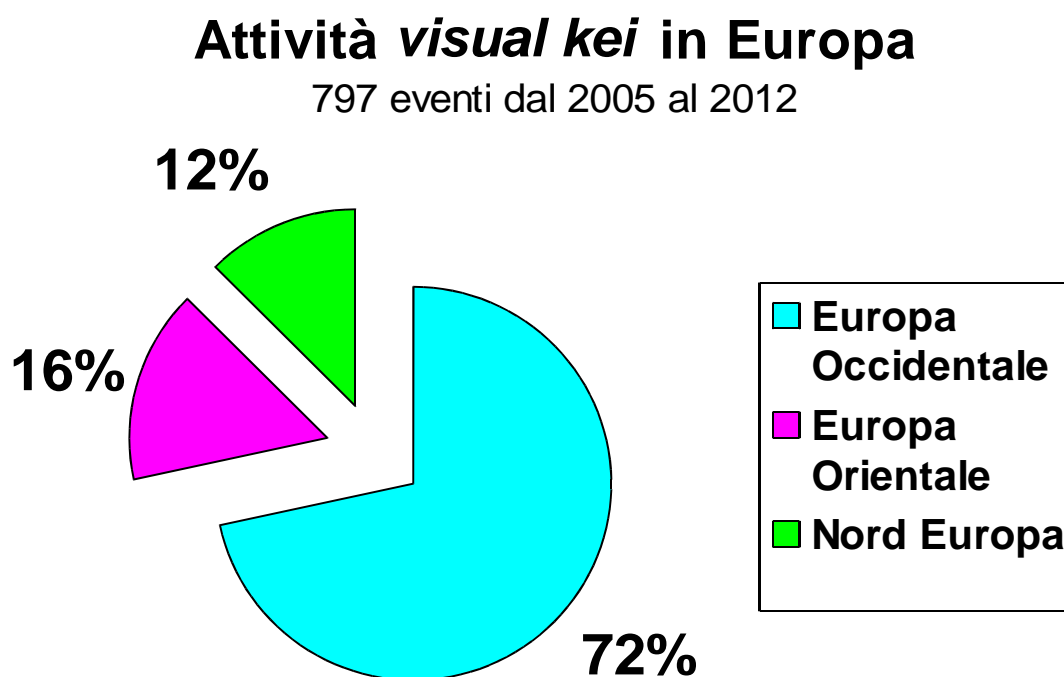


Tabella 3: Ripartizione e andamento delle attività *visual kei* in Europa

Fonte dati: archivio JaME (<http://jame-world.com/us/schedule.html>)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	TOTALE
Europa Occidentale: eventi	10	13	57	67	79	92	76	92	87	573
Europa Occidentale: artisti	4	5	16	24	13	17	16	14	19	128
Europa Orientale: eventi	1	0	2	7	2	17	32	31	36	128
Europa Orientale: artisti	1	0	2	6	2	8	10	11	12	52
Nord Europa: eventi		2	7	16	20	26	9	8	10	98
Nord Europa: artisti		1	5	10	14	15	8	7	9	69

Tabella 4: Ripartizione per nazione delle attività *visual kei* in Europa

Fonte dati: archivio JaME (<http://jame-world.com/us/schedule.html>)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	TOTALE
Germania	4	8	31	26	26	34	25	30	29	213
Francia	6	4	18	6	19	26	25	29	28	161
Regno Unito		1	1	6	20	9	4	7	6	54
Austria			3	2	0	2	2	3	5	17
Spagna			2	11	3	7	6	2	2	33
Grecia			1	0	1	0	0	0	0	2
Olanda			1	8	4	5	6	9	8	41
Italia			1	1	1	3	2	4	5	17
Svizzera			1	1	2	2	0	4	1	11
Belgio				3	3	3	2	3	2	16
Portogallo				1	0	0	1	0	0	2
Croazia				1	0	0	0	0	0	1
Irlanda				1	0	0	0	0	0	1
Lussemburgo							1	0	0	1
Serbia							1	0	0	1
Polonia	1	0	2	4	2	5	4	9	9	36
Ungheria				1	0	1	4	4	4	14
Russia				1	0	9	12	16	19	57
Repubblica Ceca						1	1	0	2	4
Romania						1	4	1	1	7
Ucraina							1	1	0	2
Bielorussia							1	0	2	3
Estonia							1	0	0	1
Lettonia							1	0	0	1
Slovacchia							1	0	0	1
Bulgaria							1	0	0	1
Finlandia		1	4	9	11	15	7	5	6	58
Svezia		1	3	7	8	11	2	3	4	39
Danimarca			1	0	1	0	0	0	0	2

Grafico 5: Andamento delle attività *visual kei* in Oceania e Asia

Fonte dati: archivio JaME (<http://jame-world.com/us/schedule.html>)

Andamento delle attività *visual kei* in Oceania e Asia (103 eventi totali)

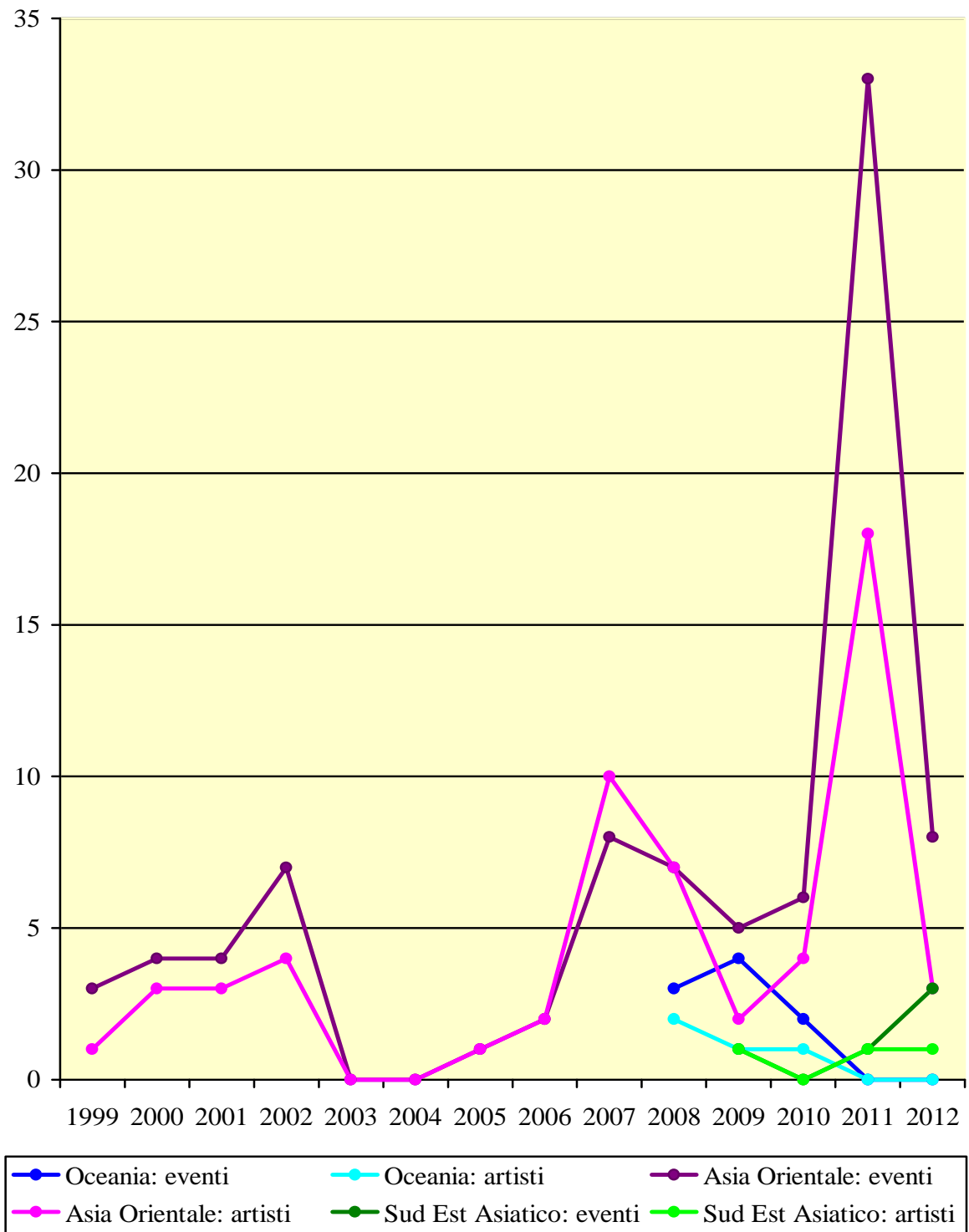


Grafico 6: Ripartizione delle attività *visual kei* in Oceania e Asia

Fonte dati: archivio JaME (<http://jame-world.com/us/schedule.html>)

Attività *visual kei* in Oceania e Asia

103 eventi dal 1999 al 2012

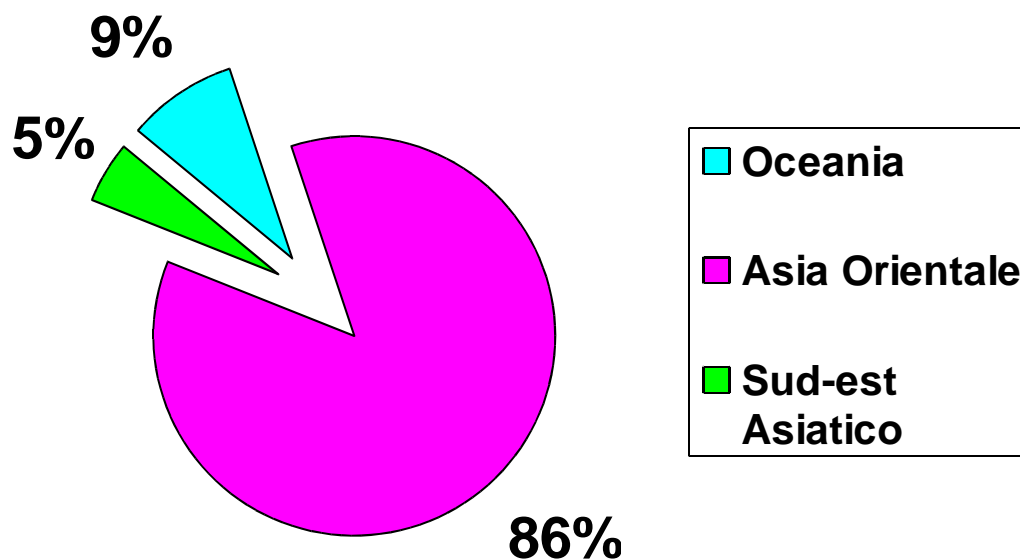


Tabella 5: Ripartizione e andamento delle attività *visual kei* in Oceania e Asia

Fonte dati: archivio JaME (<http://jame-world.com/us/schedule.html>)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	TOT.
Oceania: eventi										3	4	2	0	0	9
Oceania: artisti										2	1	1	0	0	4
Asia Orientale: eventi	3	4	4	7	0	0	1	2	8	7	5	6	33	8	88
Asia Orientale: artisti	1	3	3	4	0	0	1	2	10	7	2	4	18	3	58
Sud Est Asiatico: eventi											1	0	1	3	5
Sud Est Asiatico: artisti											1	0	1	1	3

INDICE IMMAGINI

CAPITOLO 1

- ✘ Fig. 1: Tre immagini esemplificative del trucco di fine anni Ottanta / primi anni Novanta;
http://soyoshiki.files.wordpress.com/2012/05/300491_10150340815617274_596642273_8760896_1514795718_n.jpg
- ✘ Fig. 2: Tre immagini esemplificative del trucco di fine anni Ottanta / primi anni Novanta;
http://www.metal-archives.com/images/8/6/6/5/8665_photo.jpg
- ✘ Fig. 3: Tre immagini esemplificative del trucco di fine anni Ottanta / primi anni Novanta;
[http://www.jmusicitalia.com/gallery/albums/userpics/10003/121/normal_luna_sea_111_\(ryu_ichi\).jpg](http://www.jmusicitalia.com/gallery/albums/userpics/10003/121/normal_luna_sea_111_(ryu_ichi).jpg)
- ✘ Fig. 4: Tipico esempio di capigliature e costumi dei primi anni Novanta. (X, 1989);
http://www.mclub.com.ua/images/art/artist_6349.jpg
- ✘ Fig. 5: Immagini esemplificative dello stile *visual kei* apparso intorno alla metà degli anni Novanta (MALICE MIZER).;
<http://jrockrae.files.wordpress.com/2007/11/gacktera.jpg>
- ✘ Fig. 6: Immagini esemplificative dello stile *visual kei* apparso intorno alla metà degli anni Novanta (MALICE MIZER).;
http://www.geocities.ws/jrock_tabber/ktoo/malicemizer/grp05.jpg
- ✘ Fig. 7: Esempio di trucco dei MALICE MIZER.;;
<http://i2.bebo.com/004/mediuml/2005/11/21/16/20976594a23928546b642172235ml.jpg>
- ✘ Fig. 8: Due esempi di band di questa ultima fase: GLAY (a sinistra) e Janne Da Arc (a destra).; http://www.reocities.com/non_0916/images/glay2.jpg
- ✘ Fig. 9: Due esempi di band di questa ultima fase: GLAY (a sinistra) e Janne Da Arc (a destra).; http://img.mp3mixx.com/images/covers/21/217998/art_217998_big.jpg
- ✘ Fig. 10: YOKOSUKA SAVER TIGER (foto del 1984 ca.); <http://userserve-ak.last.fm/serve/252/50903751.jpg>
- ✘ Fig. 11: DEAD END (foto del 1984 ca.);
http://img3.lln.crunchyroll.com/i/spire2/20b30d551a2952285ee7f35b966bbaa91318490034_full.jpg
- ✘ Fig. 12: L'Arc en Ciel (1994);
http://livedoor.blogimg.jp/fools_mate/imgs/4/e/4e26b070.jpg?a6d8645a

CAPITOLO 2

- ✘ Fig. 13: Marc Bolan (T-Rex).; http://24.media.tumblr.com/tumblr_lmueymfYDX1ql3jkvo1_400.jpg
- ✘ Fig. 14: David Bowie.; <http://www.echeion.it/wp-content/uploads/2012/10/Ziggy-Stardust.jpg>
- ✘ Fig. 15: Foto esemplificativa dell'estetica androgina che YOSHIKI ha presentato dal 1990 al 1994.; <http://images4.fanpop.com/image/photos/17800000/Yoshiki-x-japan-17802029-296-383.jpg>
- ✘ Fig. 16: Foto dei Mötley Crüe, ad esempio dello stile tipico dello heavy metal americano degli anni Settanta.; <http://images5.fanpop.com/image/photos/30400000/M-tley-Cr-e-motley-crue-30450467-500-600.jpg>
- ✘ Fig. 17: I D'ERLANGER, fondati nel 1989, sono una delle band categorizzate sotto l'etichetta *visual kei*, ma che presentano un'estetica vicinissima a quella del Japanese heavy metal.; <http://image.space.rakuten.co.jp/lg01/99/0000204699/85/img3289c0db8ggq97>
- ✘ Fig. 18: Foto esemplificativa del look dei KISS, rimasto immutato nel tempo.; <http://wac.450f.edgecastcdn.net/80450F/ultimateclassicrock.com/files/2012/09/KissKruise.jpg>
- ✘ Fig. 19: Esempio di stile punk per le strade di Londra.; http://milleclio.files.wordpress.com/2011/01/street_punk.jpg
- ✘ Fig. 20: La cresta che PATA, chitarrista degli X, ha portato per i primissimi anni della sua carriera è un chiaro rimando all'estetica punk.; <http://blog-imgs-31.fc2.com/m/s/k/msknight/PATA1.jpg>
- ✘ Fig. 21: I membri della band COLOR³⁶⁰ sfoggiano creste di molteplici colori e forme, sfiorando da quelle classiche previste dallo street style del punk.; http://www.nautiljon.com/images/people/00/21/color_visual_kei_9412.jpg?1328806091
- ✘ Fig. 22: *Nihon guma*.; <http://www.naritaya.jp/naritaya/dictionary/na.php>
- ✘ Fig. 23: *Mukimi guma*.; http://www2.ntj.jac.go.jp/dglib/contents/learn/edc_dic/dictionary/dic_ma/dic_ma_09.html
- ✘ Fig. 24: RYUICHI, vocalist dei LUNA SEA, ai tempi del debutto indie (1991).; <http://www.lastfm.it/music/LUNA+SEA/+images/76420426>
- ✘ Fig. 25: Attori di *kabuki* mentre performano il *renjishi* 連獅子 (danza del leone).; <http://www.kindapro.com/dentogeino.html>

- ✖ Fig. 26: Acconciatura tipica di HIDE del 1993-1994.; <http://beerjunkie.blog-sonet.ne.jp/2010-12-13>
- ✖ Fig. 27: *Takarazuka*.; <http://gensun.org/?img=www%2Esponichi%2Eco%2Ejp%2Fosaka%2Fente%2Ftakarazuka%2Fbacknumber%2F001203%2Fimages%2Fs03duka2%2Ejpg>
- ✖ Fig. 28: MALICE MIZER.; <http://www.mana-sama.net/malicemizer.html>
- ✖ Fig. 29: Immagine tratta dal *manga Candy candy* キャンデー・キャンデー di Igarashi Yumiko, pubblicato da Kodansha dal 1975 al 1979.; <http://img.yaplog.jp/img/18/pc/a/n/g/angelside/0/378.jpg>
- ✖ Fig. 30: Immagine tratta dal *manga Kaze to ki no uta* 風と木の詩 di Takemiya Keiko, pubblicato da Shōgakukan dal 1977 al 1984.; <http://www.shoujo-manga.net/recensioni/rec4/kazetoki/gallery/kazemanga01.jpg>
- ✖ Fig. 31: YOSHIKI nei primi anni Novanta, la cui estetica fu paragonata ai personaggi di uno *shōjo manga* da Tsuda.; <http://xjapan.narod.ru/xgallery/xyoshiki/yoshiki05/yoshiki0542.jpg>
- ✖ Fig. 32: Pagina tratta dal *manga Aishite naito*.; <http://www.animeclick.it/prove/upload/img/News10798.jpg>
- ✖ Fig. 33: Illustrazione tratta dal *manga KISS* xxxx.; <http://s02.mpcdn.net/manga/p/13561/326512/1.jpg>
- ✖ Fig. 34: HAKUEI, vocalist dei PENICILLIN.; <http://penicillin69.narod.ru/gallery/hakuei/haku6/hakuei609.jpg>
- ✖ Fig. 35: Kiryū 己龍. Il gruppo, formato nel 2007 e quindi nuovo nel panorama *angura kei*, sta riscuotendo un discreto successo tra i fan del fenomeno, grazie alla loro estetica molto curata ed elaborata.; <http://1.bp.blogspot.com/--VGO94s1xGY/TIJzGVBhkoI/AAAAAAAAAC0c/fOjcyQanJy0/s1600/Kiryu%252Bnew%252Blook%252B2011%252Blarge.jpg>
- ✖ Fig. 36: Kagrra, 神楽、. La band, fondata nel 1998 e attiva fino al 2011, è una delle più rinomate dello *angura kei*.; http://pds.exblog.jp/pds/1/200904/10/31/c0088931_0451880.jpg
- ✖ Fig. 37: UnsraW (2006-2011), una delle band più famose dello *eroguro kei*.; http://3.bp.blogspot.com/_4PnrJjaoAi/TCOzC-0WHgI/AAAAAAAAABM/znLUJeJMAcg/s1600/unsraw2.jpg
- ✖ Fig. 38: LuLu, band formata ad Aomori nel 2005.; <http://img3.douban.com/img/musician/large/7917.jpg>
- ✖ Fig. 39: Phantasmagoria.; http://4.bp.blogspot.com/_URwpr4PgKR4/Sxi-

MJy19gI/AAAAAAAAAEw/8VWRMowFtBw/s320/phantasmagoria.png

- ✘ Fig. 40: lynch., band in attività dal 2004.; <http://cdn5.mixrmedia.com/wp-uploads/rekuru/blog/2012/01/lynch.jpg>
- ✘ Fig. 41: SuG (2006-2013), una popolare band *oshare kei*.; http://jrockjapan.blox.pl/resource/sug_528.jpg
- ✘ Fig. 42: An Cafe (2003-2010, 2012-in corso), probabilmente il gruppo più celebre dello *oshare kei*.; https://encrypted-tbn1.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQpsv-RV-rved2n3Y5vHQ6k5m_rbHNpFA-exHMUHzRn-zgVHT8P
- ✘ Fig. 43: hide with Spread Beaver, una delle possibili radici dello *oshare kei*.; http://i2.photobucket.com/albums/y50/hisa_surf_rider/blog/080911/genkai_bomb01.jpg
- ✘ Fig. 44: Ayabie (2004-2010), una delle band miste dette *koteosa kei*.; http://2.bp.blogspot.com/-l2Mqn3hTIZw/UWvtMh72-6I/AAAAAAAAAYM/B3k-xpNeB6I/s1600/z_ayabie3.png
- ✘ Fig. 45: Versailles.; <http://static.guim.co.uk/sys-images/Music/Pix/pictures/2010/10/25/1288011385058/Versailles--Visual-kei-006.jpg>
- ✘ Fig. 46: Moi dix Mois.; http://www.moidixmois.net/_src/sc129/HP97pTOP8FW8D8770.jpg
- ✘ Fig. 47: Pinku Jisatsu, la band *visual kei* spagnola.; <http://a1.ec-images.myspacecdn.com/images02/46/05278e2dd8284f8bbb6f73ef4d17168d/1.jpg>
- ✘ Fig. 48: YOHIO, artista solista svedese.; http://userserve-ak.last.fm/serve/_/86883867/YOHIO+Heartbreak+Hotel.png
- ✘ Fig. 49: Lady Gaga.; <http://blogs.coventrytelegraph.net/passtheremote/lady%20gaga%20feb%202013%20five.jpg>
- ✘ Fig. 50: TOKIO HOTEL.; http://img.bloo.it/foto/4_65490323_tokio_hotel.jpg

CAPITOLO 3

- ✘ Fig. 51: Esempio di estetica proposta da YOSHIKI, totalmente basata su simboli di femminilità.; <http://i42.tinypic.com/sxlq3a.jpg>
- ✘ Fig. 52: Esibizione alla batteria di YOSHIKI, che ricalca i tradizionali stereotipi di virilità proposti dal rock.; http://www.drumall.com/shop/pic/accessary/stick/img/tama_yoshiki_pic.jpg
- ✘ Fig. 53: Immagine androgina data dall'unione di elementi appartenenti a sfere diverse.; <http://4.bp.blogspot.com/-ArGKnf41hcg/TW8Ica35zyI/AAAAAAAAAAo/drv6MMSPBCE/s1600/yoshiki3X%255B1%255D.jpg>

- ✘ Fig. 54: SUGIZO dei LUNA SEA come esempio di estetica transgender tipica del *visual kei* degli anni Novanta. http://media.tumblr.com/tumblr_lyh7ifSBH61qfthz6.jpg
- ✘ Fig. 55: Immagine esemplificativa del look femminile di IZAM, vocalist della band SHAZNA. <http://image.hotdog.hu/user/Lucy-san/magazin/SHAZNA-Izam.jpg>
- ✘ Fig. 56: TOSHI, vocalist degli X, ha sempre mantenuto un'estetica improntata alla virilità. <http://sugizo.narod.ru/x/toshi/to3/toshi003.jpg>
- ✘ Fig. 57: Immagine esemplificativa dell'estetica transgender delle band del filone. Il *koteosa kei* appare come un compromesso tra le varie sottocorrenti del *neo visual kei* ed è dunque quella che meglio si presta a rappresentare il movimento. In foto: Alice Nine. http://images.fanpop.com/images/image_uploads/alice-nine--alice-nine-69809_500_710.jpg
- ✘ Fig. 58: Hitsugi 梶 (Nightmare), chitarrista dal look estremamente elaborato e surreale. <http://cdn-ak.f.st-hatena.com/images/fotolife/n/nightmare05/20061112/20061112161042.jpg>
- ✘ Fig. 59: Bō 坊, ex chitarrista degli An Cafe, elabora la sua immagine sulla base di uno stile casual-pop di impronta femminile. http://1.bp.blogspot.com/_Up0ePgd6rgs/TRJeHM3zV_I/AAAAAAAAA7U/2GXpyUYIUI/s1600/bou.jpg

CAPITOLO 4

- ✘ Fig. 60: Cosplayer di Ruki (the GazettE), che prende a modello il videoclip di *Taion* 体温 (Temperatura corporea) (Febbraio 2006), richiamato anche dalla posa.; http://farm4.static.flickr.com/3123/2560699806_3d3fd58358_o.jpg
- ✘ Fig. 61: Ruki, vocalist dei the GazettE, nel costume del videoclip di *Taion*.; <http://i.pinger.pl/pgr134/5e3d54a0002066364ee10eab/28224858.jpg>
- ✘ Fig. 62: Esempio del rapporto che si viene a creare tra i *cosplayer*. In questo caso, le ragazze interpretano due dei membri dei SuG. https://encrypted-tbn1.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQmI8U-6JC8Rhg4KQuiYErjP68OEdsvlu5X-51_PCGPEGqe1DE2jg
- ✘ Fig. 63: I SuG come presi a modello dalle ragazze in figura 62. http://img1.ak.crunchyroll.com/i/spire2/06102008/0/5/8/b/058b017fef9710_full.jpg

BIBLIOGRAFIA

Andrea & Kay, “SUGIZO on LUNA SEA”, *JaME*, 2 ottobre 2010; <http://www.jame-world.com/uk/articles-68169-sugizo-on-luna-sea.html> (data ultimo accesso: 9 febbraio 2013).

千葉経済大学短期大学部研究紀要、7号、2011。

Chiba keizai daigaku tanki daigakubu kenkyū kiyō, vol.7, 2011.

『小さな幻想から大きな夢へ ～ ヴィジュアル系と少女漫画のうるわしき相関関係』、音楽誌が書かないJポップ批評、27号、2003年7月28日、126~127ページ。

“Chīsana gensō kara ōkina yume e ~ vijuaru kei to shōjo manga no uruwashiki sōkan kankei” (Da una piccola fantasia a un grande sogno ~ la vera correlazione tra visual kei e shōjo manga), *Ongakushi ga kakanai Jpoppu hihyō*, vol. 27, 28 Luglio 2003, pp. 126-127.

CRAIG, Timothy J. (a cura di), *Japan Pop! – Inside the World of Japanese Popular Culture*, New York, ME Sharpe, 2000.

DONALD, Richie, *Image Factory: Fads and Fashions in Japan*, Londra, Reaktion Books, 2003.

Frith, Simon, Goodwin, Andrew (a cura di), *On Record: Rock, Pop, & the Written Word*, New York, Routledge, 1990.

Frith, Simon, McRobbie, Angela, “Rock and sexuality”, in Frith, Simon, Goodwin, Andrew (a cura di), *On Record: Rock, Pop, & the Written Word*, New York, Routledge, 1990, pp. 317-332.

現代社会文化研究、No.52、2011年12月。

Gendai shakai bunka kenkyū, no. 52, Dicembre 2011.

Gender and Modernity – Perspectives from Asia and the Pacific, vol.4, 2003.

Gender and Society, Vol. 1, No. 2., Giugno 1997.

長谷川幸信、『前代未聞、また前代未聞！YOSHIKI と X が成し遂げた音楽界の構造改革』、音楽誌が書かない J ポップ批評、27 号、2003 年 7 月 28 日、28~29 ページ。

HASEGAWA Yukinobu, “Zendai mimon, mata zendai mimon! YOSHIKI to X ga nashitogeta ongakukai no kōzō kaikaku” (Senza precedenti, e ancora senza precedenti! La rivoluzione del mondo musicale compiuta da YOSHIKI e dagli X), *Ongakushi ga kakanai Jpoppu hihyō*, vol. 27, 28 Luglio 2003, pp. 28-29.

Hays, Jeffrey, “MALE BEAUTY AND COSMETICS FOR MEN IN JAPAN”, *FACT AND DETAILS*, 2009; <http://factsanddetails.com/japan.php?itemid=668> (data ultimo accesso: 9 maggio 2013).

HEBDIGE, Dick, *SUBCULTURE – the meaning of style*, Londra , Methuen & Co. Ltd, 1979.

HENSHALL, Kenneth G., *DIMENSIONS OF JAPANESE SOCIETY – Gender, Margins and Mainstream*, New York, Palgrave MacMillian, 1999, pp. 109-121.

hide DAYS new edition、東京、宝島社、2005 年。

hide DAYS new edition, Tōkyō, Takarajimasha, 2005.

市川哲史、『日本人が洋楽コンプレックスからようやく開放された、歴史的な瞬間』、音楽誌が書かない J ポップ批評、27 号、2003 年 7 月 28 日、70~73 ページ。

ICHIKAWA Tetsushi, “Nihonjin ga yōgaku konpurekkusu kara yōyaku kaihō saretā, rekishitekina shunkan” (Il momento storico in cui i giapponesi si sono liberati dal complesso nei confronti della

musica occidentale), *Ongakushi ga kakanai Jpoppu hihyō*, vol. 27, 28 Luglio 2003, pp. 70-73.

市川哲史、さようなら「ヴィジュアル系」~紅に染まった SLAVE たちに捧ぐ~、東京、竹書房文庫、2008 年。

ICHIKAWA Tetsushi, *Sayonara “vijuaru kei” ~kurenai ni somatta SLAVE tachi ni sasagu~* (Addio, “visual kei” ~Dedicato agli SLAVE dipinti di rosso~), Tōkyō, Takeshobō bunko, 2008.

市川哲史、私がヴィジュアル系だった頃、東京、竹書房文庫、2005。

ICHIKAWA Tetsushi, *Watashi ga vijuaru kei datta koro* (Il tempo in cui io ero visual kei), Tōkyō, Takeshobō bunko, 2005.

IDA, Yumiko, *Rethinking Identity in Modern Japan – Nationalism as aesthetics*, Londra, Routledge, 2002.

稲増龍夫『なぜいま「ヴィジュアル系」なのか。』、潮、通号 475、1998 年 9 月、166~170 ページ。

INAMASU Tatsuo, “Naze ima <vijuaru kei> nanoka.” (Perché ora c’è il visual kei?), *Ushio*, vol.475, Settembre 1998, pp. 166-170.

INOUE Takako, “Constructing Male Aesthetics in Rock and Makeup: Gender Strategies by Musicians and Fans of Visual Rock in Japan”, *Gender and Modernity – Perspectives from Asia and the Pacific*, vol.4, 2003, pp. 189-217.

井上貴子、『拡張された<男の美学> — X をめぐって』、井上貴子編、ヴィジュアル系の時代—ロック・化粧・ジェンダー、東京、青弓社、2003 年 7 月、113~161 ページ。

INOUE Takako, “Kakuchō sareta ‘otoko no bigaku – X wo megutte’” (“L’estetica maschile” ampliata – Girando intorno agli X), in INOUE Takako (a cura di), *Vijuaru kei no jidai – rokku, keshō, jendā*, Tōkyō, Seikyūsha, Luglio 2003, pp. 113-161.

井上貴子編、『ヴィジュアル系の時代—ロック・化粧・ジェンダー』、東京、青弓社、2003年7月。

INOUE Takako (a cura di), *Vijuaru kei no jidai – rokku, keshō, jendā* (L'era del *visual kei* – rock, trucco e *gender*), Tōkyō, Seikyūsha, Luglio 2003.

井上貴子、『ヴィジュアル系とジェンダー』、井上貴子編、『ヴィジュアル系の時代—ロック・化粧・ジェンダー』、東京、青弓社、2003年7月、11~41ページ。

INOUE Takako, “Vijuaru kei to jendā” (Il *visual kei* e il *gender*), in INOUE Takako (a cura di), *Vijuaru kei no jidai – rokku, keshō, jendā*, Tōkyō, Seikyūsha, Luglio 2003, pp. 11-41.

Intersections: Gender and Sexuality in Asia and the Pacific, vol. 16, Marzo 2008;
<http://intersections.anu.edu.au/issue16/saeki.htm> (data ultimo accesso: 27 dicembre 2012).

Intersections: Gender and Sexuality in Asia and the Pacific, vol. 20, Aprile 2009;
<http://intersections.anu.edu.au/issue20/jung.htm> (data ultimo accesso: 4 maggio 2013).

“Interview with ANGELO”, *Rock Revolution*, 24 Novembre 2008;
<http://rockrevolution.com/2008/11/webzine/interview-with-angelo-250> (data ultimo accesso: 9 febbraio 2013).

JaME-world Schedule; <http://www.jame-world.com/us/schedule.html> (data ultimo accesso: 3 aprile 2013).

JOHNATHON John、『奇抜な化粧 – 文化の表現と表情』、コスメトロジー研究報告、第12号、2004、131~143ページ。

Johnathon, John, “Kibatsuna keshō – bunka no hyōgen to hyōjō” (Un trucco anticonformista – un'espressione e rappresentazione della cultura), *Kosumetorojī kenkyū hōkoku*, vol.12, 2004, pp.

131-143.

Journal of Communication Inquiry, vol. 19, April 1995, pp. 53-74.

Jung, Sun, “The shared Imagination of *Bishōnen*, Pan-East Asian Soft Masculinity: Reading DBSK, Youtube.com, and Transcultural New Media Consumption”, *Intersections: Gender and Sexuality in Asia and the Pacific*, vol. 20, Aprile 2009; <http://intersections.anu.edu.au/issue20/jung.htm> (data ultimo accesso: 4 maggio 2013).

柏木恭典、『ポップカルチャーとしてのヴィジュアル系の歴史』、千葉経済大学短期大学部研究紀要、7号、2011、84~100 ページ。

KASHIWAGI Yasunori, “Poppu karuchā to shite no vijuaru kei no rekishi” (The History of Visual-kei as Pop Culture), *Chiba keizai daigaku tanki daigakubu kenkyū kiyō*, vol.7, 2011, pp. 84-100.

加藤明典、『「ビジュアル系」の偉大なる“前駆者”たち』、音楽誌が書かない J ポップ批評、27号、2003年7月28日、96~98 ページ。

KATŌ Akinori, “Bijuaru kei’ no idai naru ‘zenkusha’ tachi” (I grandi “predecessori” del “visual kei”), *Ongakushi ga kakanai Jpoppu hihyō*, vol. 27, 28 Luglio 2003, pp. 96-98.

加藤綾子、『日本人アーティストの海外展開に関する考察』、東京大学大学院情報学環紀要情報学研究、77号、2009年9月、77~94 ページ。

KATŌ Ayako, “Nihonjin ātisuto no kaigai tenkai ni kansuru kōsatsu” (Riflessione riguardo all’espansione all’estero degli artisti giapponesi), *Tōkyō daigaku daigakuin jōhō gakkan kiyō jōhō gaku kenkyū*, vol.77, Settembre 2009, pp.77-94.

小泉恭子、『異性を装う少女たち ~ ヴィジュアル・ロックバンドのコスプレファン』、井上貴子編、ヴィジュアル系の時代—ロック・化粧・ジェンダー、東京、青弓社、2003年7月、207~245 ページ。

KOIZUMI Kyōko, “Isei wo yosou shōjo tachi – Vijuaru rokku bando no kosupure fan” (Le ragazze che vestono il sesso opposto – le fan del *cosplay* delle band *visual rock*), in INOUE Takako (a cura di), *Vijuaru kei no jidai – rokku, keshō, jendā*, Tōkyō, Seikyūsha, Luglio 2003, pp. 207-245.

小泉恭子・鈴木裕子、『ヴィジュアル系コスプレ ～ 模倣とコピーの身体技法』、成実弘至編、コスプレする社会 ～ サブカルチャーの身体文化、東京、せりか書房、2009、56~83 ページ。

KOIZUMI Kyōko, SUZUKI Yūko, “Vijuaru kei kosupure – mohō to kopī noshintai gihō” (Cosplay *visual kei* - tecniche corporee di copia e imitazione), in NARUMI Hiroshi (a cura di), *Kosupure suru shakai – sabukaruchā noshintai bunka* (La società che fa cosplay – la cultura del corpo nelle sottoculture), Tōkyō, Serika shobō, 2009, pp. 56-83.

コスメトロジー研究報告、第 12 号、2004。

Kosumetorojī kenkyū hōkoku, vol.12, 2004.

LEONARD, Marion, *Gender in the Music Industry – Rock, Discourse and Girl Power*, Aldershot, Ashgate, 2007.

MARTIN, Christopher R., “The Naturalized Gender Order Of Rock and Roll”, *Journal of Communication Inquiry*, vol. 19, April 1995, pp. 53-74.

McLelland, Mark J., *Male Homosexuality in Modern Japan: Cultural Myths and Social Realities*, Richmond, Curzon, 2000.

McVeigh, Brian, *Wearing Ideology – State, Schooling and Self-Presentation in Japan*, New York, Berg, 2000.

Miller, Laura, “Male beauty work in Japan”, in Suzuki Nobue, Roberson, James E. (a cura di), *Men and Masculinities in Contemporary Japan – Dislocating the salaryman doxa*, New York,

Routledge, 2002, pp. 37-59.

MILLIOTO MATSUE, Jennifer, *Making Music in Japan's Underground*, New York, Routledge, 2009.

森川卓夫、『ヴィジュアル・ロックの系譜』、井上貴子編、ヴィジュアル系の時代—ロック・化粧・ジェンダー、東京、青弓社、2003年7月、43~109ページ。

MORIGAWA Takuo, “Vijuaru rokku no keifu” (La genealogia del visual rock), in INOUE Takako (a cura di), *Vijuaru kei no jidai – rokku, keshō, jendā*, Tōkyō, Seikyūsha, Luglio 2003, pp. 43-109.

室田尚子、『少女たちの居場所さがし—ヴィジュアル・ロックと少女マンガ』、井上貴子編、ヴィジュアル系の時代—ロック・化粧・ジェンダー、東京、青弓社、2003年7月、163~205ページ。

MUROTA Naoko, “Shōjo tachi no ibasho sagashi – vijuaru rokku to shōjo manga” (La ricerca del proprio ruolo da parte delle ragazze – il *visual rock* e lo *shōjo manga*), in INOUE Takako (a cura di), *Vijuaru kei no jidai – rokku, keshō, jendā*, Tōkyō, Seikyūsha, Luglio 2003, pp. 163-205.

『『“無敵”と書いて“EXTASY”と読む』エクスタジー・レコードが日本のロックシーンと YOSHIKI にもたらしたもの』、音楽誌が書かない音楽誌が書かない J ポップ批評、27号、2003年7月28日、49~51ページ。

“<‘Muteki’ to kaite ‘EXTASY’ to yomu> ekusutajī rekōdo ga nihon no rokku shīn to YOSHIKI ni motarashita mono” (“Si scrive ‘insuperabile’ e si legge ‘EXTASY’” Quello che la EXTASY RECORDS ha portato nella scena rock giapponese e in YOSHIKI), *Ongakushi ga kakanai Jpoppu hihyō*, vol. 27, 28 Luglio 2003, pp.49-51.

内藤孝宏、『バンギャですし詰め、ビジュアル系の聖地』、週刊東洋経済、2009年4月18日、148~149ページ。

NAITŌ Takahiro, “Bangya de sushizume, bijuaru kei no seichi” (Il luogo sacro del *visual kei*,

gremio di fan delle band), *Shūkan tōyō keizai*, 18 aprile 2009, pp. 148-149.

内藤孝宏、『「ビジュアル系」の社交場が世界レベルの観光名所』、週刊東洋経済、2008年9月6日、126~127ページ。

NAITŌ Takahiro, “Bijuaru kei' no shakōba ga sekai reberu no kankō meisho” (Il punto di ritrovo del “visual kei” è una famosa meta turistica a livello mondiale), *Shūkan tōyō keizai*, 6 settembre 2008, pp. 126-127.

奈落一騎、「危機を乗り越え、さらなる飛翔を目指すバンドに追っていた破滅への足音」、音楽誌が書かないJポップ批評、52号、2008年4月18日、75ページ。

NARAKU Ikki, “Kiki wo norikoe, sara naru hishō wo mezasu bando ni otte ita hametsu e no ashio” (Il rumore dei passi verso la catastrofe perseguita dalla band che ha superato il pericolo e ha ambito a un ulteriore volo), *Ongakushi ga kakanai Jpoppu hihyō*, vol. 52, 18 aprile 2008, p. 75.

成実弘、『仮装するアイデンティティ』、成実弘至編、コスプレする社会 ～ サブカルチャーの身体文化、東京、せりか書房、2009、8~23ページ。

NARUMI Hiroshi, “Kasō suru aidentiti” (Un’identità mascherata), in NARUMI Hiroshi (a cura di), *Kosupure suru shakai – sabukaruchā noshintai bunka* (La società che fa cosplay – la cultura del corpo nelle sottoculture), Tōkyō, Serika shobō, 2009, pp. 8-23.

NARUMI Hiroshi (a cura di), *Kosupure suru shakai – sabukaruchā noshintai bunka* (La società che fa cosplay – la cultura del corpo nelle sottoculture), Tōkyō, Serika shobō, 2009.

Necchū sutajiamu (Lo stadio dell’entusiasmo) (13 febbraio 2012);

<http://www.youtube.com/watch?v=gaFEZzC5Uwo> (data ultimo accesso: 2 febbraio 2013).

人間文化 H&S、28号、2010年11月。

Ningen bunka H&S, vol.28, Novembre 2010.

音楽誌が書かない J ポップ批評、27 号、2003 年 7 月 28 日。

Ongakushi ga kakanai Jpoppu hihyō, vol. 27, 28 Luglio 2003.

音楽誌が書かない J ポップ批評、52 号、2008 年 4 月 18 日。

Ongakushi ga kakanai Jpoppu hihyō, vol. 52, 18 aprile 2008.

PFEIFLE, Megan, “Exposing the underground: the Japanese culture of visual kei”, *The George Mason Review*, vol. 21, 2011-2012, pp. 74-87; http://issuu.com/gmreview/docs/gmr_vol21_full/3 (data ultimo accesso: 7 maggio 2013).

PFEIFLE, Megan, “Globalizing Visual Kei: Musician Interview Excerpts”, *JaME*, 9 luglio 2011, <http://www.jame-world.com/us/articles-75954-globalizing-visual-kei-musician-interview-excerpts-.html> (data ultimo accesso: 11 marzo 2013).

PFEIFLE, Megan, “Globalizing Visual Kei: Interview with Jimi Aoma”, *JaME*, 25 giugno 2011, <http://www.jame-world.com/us/articles-75869-globalizing-visual-kei-interview-with-jimi-aoma-.html> (data ultimo accesso: 11 marzo 2013).

PFEIFLE, Megan, “Globalizing Visual Kei: Final Results”, *JaME*, 28 agosto 2011; <http://www.jame-world.com/uk/articles-76302-globalizing-visual-kei-final-results.html> (data ultimo accesso: 11 marzo 2013).

PFEIFLE, Megan, “Globalizing Visual Kei: Investigating the Visual Style”, *JaME*, 30 luglio 2011; <http://www.jame-world.com/us/articles-76285-globalizing-visual-kei-investigating-the-visual-style.html> (data ultimo accesso: 11 marzo 2013).

PFEIFLE, Megan, “Globalizing Visual Kei: The Rise of Visual Kei - Europe, Oceania and East

Asia”, *JaME*, 2 luglio 2011; <http://www.jame-world.com/us/articles-76004-globalizing-visual-kei-the-rise-of-visual-kei-europe-oceania-and-east-asia.html> (data ultimo accesso: 11 marzo 2013).

PFEIFLE, Megan, “Globalizing Visual Kei: The Rise of Visual Kei - North, Central and South America”, *JaME*, 18 giugno 2011; <http://www.jame-world.com/us/articles-75977-globalizing-visual-kei-the-rise-of-visual-kei-north-central-and-south-america.html> (data ultimo accesso: 11 marzo 2013).

PFEIFLE, Megan, “Globalizing Visual Kei: Visual Kei and Anime”, *JaME*, 16 luglio 2011; <http://www.jame-world.com/us/articles-76283-globalizing-visual-kei-visual-kei-and-anime.html> (data ultimo accesso: 11 marzo 2013).

Ritratti d'Oriente, Volume per il XL anniversario di fondazione dell'Istituto Giapponese di Cultura in Roma, 2004.

RUPERTI, Bonaventura, “L'arte dell'attore nel teatro Kabuki”, *Ritratti d'Oriente*, Volume per il XL anniversario di fondazione dell'Istituto Giapponese di Cultura in Roma, 2004, pp. 67-88.

Saeki Junko, “Beyond the Gender Dichotomy: The Cross-dressing Tradition in Japanese Theatre”, *Intersections: Gender and Sexuality in Asia and the Pacific*, vol. 16, Marzo 2008; <http://intersections.anu.edu.au/issue16/saeki.htm> (data ultimo accesso: 27 dicembre 2012).

沢田泰司、伝説のバンド「X」の生と死、徳間書店、東京、2000。

SAWADA Taiji, *Densetsu no bando “X” no sei to shi* (Nascita e morte della leggendaria band X), Tokuma shoten, Tōkyō, 2000.

「新時代に突入！ネオ・ヴィジュアル系バンド台頭の兆し」、Oricon Style、2006年6月7日。

“Shinjidai ni totsunyū! Neo vijuaru kei bando taitou no kizashi” (Stiamo entrando in una nuova era! I segni della crescente fama delle band *neo visual kei*), *Oricon Style*, 7 giugno 2006;

<http://www.oricon.co.jp/news/music/23842/full/> (data ultimo accesso: 15 marzo 2013).

週刊女性緊急増刊号、1998年6月20日。

Shūkan josei kinkyū zōkan gō, 20 giugno 1998.

週刊東洋経済、2008年9月6日。

Shūkan tōyō keizai, 6 settembre 2008.

週刊東洋経済、2009年4月18日。

Shūkan tōyō keizai, 18 aprile 2009.

SIMMONS, Gene, *KISS and make-up*, New York, Crown Publishers, 2001.

Skov, Lise, Moeran, Brian (a cura di), *WOMEN MEDIA AND CONSUMPTION IN JAPAN*, Richmond, Curzon Press, 1995.

Steponaviciute, Agne, 『ヴィジュアル系における日本的なイメージの表現 – 鬼と桜の表象を巡って』、現代社会文化研究、No.52、2011年12月、1~18ページ。

Steponaviciute, Agne, “Vijuaru kei ni okeru nihon tekina imēji no hyōgen – Oni to sakura no hyōshō wo megutte” (Le immagini giapponesi nel *visual kei* – tra *oni* e ciliegi), *Gendai shakai bunka kenkyū*, no. 52, Dicembre 2011, pp, 1-18.

STRAUSS, Neil, “THE POP LIFE; End of a Life, End of an Era”, *The New York Times*, 18 giugno 1998; <http://www.nytimes.com/1998/06/18/arts/the-pop-life-end-of-a-life-end-of-an-era.html> (data ultimo accesso: 5 dicembre 2012).

The George Mason Review, vol. 21, 2011-2012; http://issuu.com/gmreview/docs/gmr_vol21_full/3

(data ultimo accesso: 7 maggio 2013).

東京大学大学院情報学環紀要 情報学研究、77号、2009年9月。

Tōkyō daigaku daigakuin jōhō gakkan kiyō jōhō gaku kenkyū, vol.77, Settembre 2009.

津田直士、すべての始まり ～ エックスという青春 ～、東京、東邦出版、2009年。

TSUDA Naoshi, *Subete no hajimari ~ ekkusu to iu seishun ~* (L'inizio di tutto ~ la giovinezza chiamata X ~), Tōkyō, Tōhō shuppan, 2009.

Ushio, vol.475, Settembre 1998.

WAYNE, Gabel, “Taking J-rock values stateside – Japan's Dir en grey join Korn on the Family Values tour”, *The Japan Times*, 17 Dicembre 2010;

<http://www.japantimes.co.jp/culture/2010/12/17/culture/shock-rock-act-dir-en-grey-snob-cartoons-for-cred/#.UYE6KaJ7LSg> (data ultimo accesso: 9 febbraio 2013).

WEST, Candace, Zimmerman, Don H., “Doing gender”, *Gender and Society*, Vol. 1, No. 2., Giugno 1997, pp. 125-151.

We love hide, 2-3 maggio 2012; <http://www.youtube.com/watch?v=WkCSuX5f84Y> (data ultimo accesso: 11 aprile 2013).

White, Marry, “The marketing of adolescence in Japan: buying and dreaming”, in Skov, Lise, Moeran, Brian (a cura di), *WOMEN MEDIA AND CONSUMPTION IN JAPAN*, Richmond, Curzon Press, 1995, pp. 255-273.

『「X」という名に込めた未知の“可能性”が開花したバンド成長期の伝説の数々』、音楽

誌が書かない音楽誌が書かない J ポップ批評、27 号、2003 年 7 月 28 日、25~27 ページ。

“‘X’ to iu na ni kometa michi no ‘kanōsei’ ga kaika shita bando seichōki no densetsu no kazukazu” (Le innumerevoli leggende del periodo di crescita della band in cui sono fiorite le sconosciute “potenzialità” racchiuse nel nome “X”), *Ongakushi ga kakanai Jpoppu hihyō*, vol. 27, 28 Luglio 2003, pp.25-27

山口芳恵、ヴィジュアル系研究 ～ ヴィジュアル系からネオ・ヴィジュアル系への変遷、人間文化 H&S、28 号、2010 年 11 月、91~102 ページ。

YAMAGUCHI Yoshie, “Vijuaru kei kenkyū – vijuaru kei kara neo vijuaru kei e no henshen” (Ricerca sul visual kei – la transizione da visual kei a neo visual kei), *Ningen bunka H&S*, vol.28, Novembre 2010, pp. 91-102.

YANO, Christine R., “The Marketing of Tears – Consuming Emotions in Japanese Popular Song”, in CRAIG, Timothy J. (a cura di), *Japan Pop! – Inside the World of Japanese Popular Culture*, New York, ME Sharpe, 2000, pp. 61-74.

吉村栄一、『ヴィジュアル系を作った名盤 30 セレクション』、音楽誌が書かない J ポップ批評、27 号、2003 年 7 月 28 日、118~121 ページ。

Yoshimura Eiichi. “vijuaru kei wo tsukutta meiban 30 serekushon” (Selezione di 30 pezzi celebri che hanno creato il *visual kei*), *Ongakushi ga kakanai Jpoppu hihyō*, vol. 27, 28 Luglio 2003, pp.118-121.