



Università
Ca'Foscari
Venezia

Corso di Laurea magistrale
in Lingue e civiltà dell'Asia e
dell'Africa mediterranea

Tesi di Laurea

Mangiare “orientale”, essere “italiani”.
**Orientalismo e gastronazionalismo nella rappresentazione
della cucina cinese e giapponese in Italia**

Relatore

Ch. Prof. Toshio Miyake

Correlatore

Ch. Prof. Pierantonio Zanotti

Laureando

Tommaso Cavalieri

Matricola 868562

Anno Accademico

2021/2022

*Un ringraziamento alla
mia famiglia e ai miei amici*

Indice

要旨.....	4
1 Introduzione	6
2 Ristorazione “orientale” in Italia.....	10
2.1 Migrazione cinese e giapponese in Italia.....	11
2.2 Imprenditoria cinese in Italia.....	16
2.3 Ristorazione etnica in Italia.....	20
3. Rappresentazione di cucina cinese e giapponese	28
3.1 Contatti con Cina e Giappone nel XIX secolo	33
3.2 Le prime rappresentazioni della cucina cinese e giapponese	38
3.3 Presentare l’Altro attraverso il cibo.....	45
3.4 Cucina cinese e giapponese in Italia.....	55
4. Cucina e identità.....	63
4.1 Orientalismo e occidentalismo	68
4.2 Gastronazionalismo	71
4.3 <i>Displacement</i>	77
4.4 Gastrodiplomazia e auto-orientalismo.....	80
5. Conclusioni	91
Bibliografia	94
Sitografia.....	101
Filmografia.....	110

要旨

本稿の目的はイタリアにおける中華料理と和食の表象 (representation) を研究することである。学者のEdward Saidのオリエンタリズムという概念をもとにし、東洋食文化の表象を分析していきたい。それにより、最終的には「自国料理」という概念を分析したい。

第一章では、経済的および歴史的な背景を持つ、イタリアにおける華僑と日本人のコミュニティの形成を考察する。労働・社会政策省の移民コミュニティに関するレポートや新しい経済学社会の分野の「埋め込み性」 (embeddedness) という概念を通し、イタリアで徐々に活動を広げていった華僑・華人経営者と飲食料の密接な関係に焦点をあてる。

第二章では中華料理と和食の表象を分析する。まず、19世紀の中国・日本・欧米の接触を記述し、商業的交流ばかりでなく帝国主義や植民地主義を正当化した人種主義理論を短く紹介する。そしてこういう状況を踏まえ、日本料理と中華料理の初期の表象について述べ、どのように食の表象は人種主義と関わるか、説明を試みる。その後、SNS投稿や政治家や記事を考慮しながら現代イタリアにおける東洋食の表象にも触れる。

第三章では、オリエンタリズム (orientalism) とガストロナショナリズム (gastronationalism) の関係を検討する。Edward Saidの理論を通し「西洋」と「東洋」という呼称を批判しながら、いわゆる伝統的な食文化はどのように愛国を推進するかという問題に触れる。ここではまた、食はイタリア人のアイデンティティ形成にどのような影響を与えているかという問題についても考える。ガストロナショナリズムによる地理 (つまり国家) と食文化の結びつきは中華料理や和食への偏見の拡大の存在条件となることを論じる。最後に日本や中国におけるガストロナショナリズムを考慮することにより、ガストロ外交 (gastrodiplomacy) という概念を説明する。特に「和食」のユネスコからの無形文化遺産の認定に焦点をあて、国家のブランド化という現象を検討していきたい。

以上の考察を通し、本稿は「自国料理」の概念を批判的に分析することを目的とする。和食・中華料理のイタリアにおける表象の発展について論究することにより、イタリア食文化とガストロナショナリズムの関係に新たな角度から考察を加えることができると考える。

1 Introduzione

Con il seguente elaborato si intende proporre un'indagine in merito ai processi di orientalismo e auto-orientalismo relativi alla cucina cinese e giapponese in Italia. La ricerca si svilupperà come un'analisi culturale mantenendo il concetto di orientalismo teorizzato da Said in *Orientalism* (1978) come base per lo studio della rappresentazione discorsiva delle abitudini alimentari “asiatiche” nel nostro Paese.

Cercando di introdurre una prospettiva storica ed economica, il primo capitolo si incentrerà sull'analisi della ristorazione “orientale”, indagando la composizione della comunità cinese e giapponese, le modalità di arrivo in Italia e le caratteristiche dell'imprenditoria cinese nel campo della ristorazione. A questi fenomeni verrà collegata un'analisi dei principali stereotipi diffusi in Italia in merito alla cucina di queste comunità, tracciando un collegamento con le prime forme di rappresentazione di queste e i rapporti commerciali e di potere che hanno caratterizzato l'incontro con le potenze euro-americane nel corso del XIX secolo.

Alla base teorica rappresentata dai concetti di orientalismo e occidentalismo (Said 1979; Miyake 2014; Coronil 1996) si affiancheranno teorie proprie dei *food studies*, prima fra tutte quella di gastronazionalismo così come delineato da Michaela DeSoucey:

the use of food production, distribution, and consumption to demarcate and sustain the emotive power of national attachment, as well as the use of nationalist sentiments to produce and market food. (DeSoucey 2010, p. 433)

Partendo da questi presupposti, si cercherà di mostrare l'intersezione fra orientalismo e gastronazionalismo che si delinea nella rappresentazione della cucina “orientale”. Proprio nell'analisi di questa intersezione si andrà a cercare la risposta agli interrogativi che guidano la seguente ricerca: in che modo la tavola influisce sulla percezione dell'Altro asiatico? Perché in Italia un certo tipo di rappresentazione della cucina “orientale” è tanto efficace e radicato? Cosa ci dice questo fenomeno della nostra identità di italiani costruita attorno al cibo? L'intento di fondo rimane quello di delineare l'importanza del discorso

gastronazionalista italiano ricollegando tendenze alimentari cresciute incredibilmente negli ultimi trent'anni (si pensi all'esplosione delle indicazioni d'origine, al fenomeno Slow Food e, più in generale, alla *heritage fever* che ha attraversato anche in senso alimentare tutta l'Europa) con il discorso essenzialista ed euro-centrico dell'orientalismo.

Nell'ultimo capitolo dell'elaborato si cercherà infine di aggiungere un'ulteriore prospettiva all'analisi del discorso alimentare introducendo le categorie di *displacement* (Cook e Crang 1996) e di auto-orientalismo (Miyake 2014) per mostrare l'importanza di un determinato approccio istituzionale —che finisce spesso per riproporre le stesse categorie geografiche essenzializzate che stanno alla base del discorso orientalista— nel costruire e far circolare una visione coerente di quelle disparate usanze gastronomiche locali che vengono unificate sotto l'etichetta di cucina nazionale (si pensa in particolare allo sforzo del governo giapponese per il riconoscimento della cucina giapponese nel mondo, culminato con la registrazione nel 2013 del *washoku* (cucina giapponese) come patrimonio culturale immateriale dall'UNESCO).

L'obiettivo ultimo della seguente tesi è quindi quello di fornire gli strumenti necessari per poter analizzare in maniera critica la categoria di “cucina nazionale” così da superare una rigida (ma estremamente diffusa) idea di cucina intesa come un set di pratiche codificate e immutabili, una tradizione da proteggere contro ogni forma esterna di inquinamento. Si ritiene che l'analisi delle rappresentazioni delle usanze alimentari di Cina e Giappone possa essere un modo efficace in questo senso per far emergere ed evidenziare la natura discorsiva, storica e assolutamente composita che si nasconde dietro questa concezione di cucina. Particolare attenzione verrà riservata alla specificità italiana cercando di indagare quello schema binario che si avvale dell'esaltazione di una tradizione (spesso inventata) da una parte, e della denigrazione di cucine estranee dall'altra; schema dicotomico che può essere rintracciato nel discorso pubblico nel nostro Paese attraverso ricerche sulla percezione delle cucine di Cina e Giappone (Fanelli e Di Nocera 2018), commenti su *social network*, analisi di interviste e articoli di giornale apparsi sulla stampa nazionale e di materiale cinematografico e documentaristico. Queste rappresentazioni saranno analizzate come

espressione di un meccanismo di auto-rappresentazione dell'identità italiana in opposizione a un'alterità "orientale".

Proprio in merito al termine "orientale", usato più volte all'interno dell'elaborato, spesso in riferimento al termine cucina, è necessaria un'ultima precisazione preliminare. Nelle fonti utilizzate per tracciare la diffusione della cucina cinese e giapponese in Italia termini come "Oriente", alimenti "orientali" o palato "orientale" vengono utilizzati più volte (Russo 2015, Russo 2018, Santojanni e Genovese 2017), riflettendo una certa disinvoltura ancora diffusa nell'adozione di queste etichette; quando si parla di "Oriente" e "Occidente" si tende infatti a pensare a categorie neutre e definite ontologicamente da una realtà geografica innegabile. Si ritiene necessaria però una problematizzazione di queste nozioni; Stuart Hall afferma:

Our ideas of "East" and "West" have never been free of myth and fantasy, and even to this day they are not primarily ideas about place and geography. (Hall 1992, p. 185)

Sempre secondo Hall, questi concetti non sono da intendersi come definizioni geografiche, ma come categorie storiche che riflettono una determinata distribuzione di potere consolidatasi con l'egemonia euro-americana nello schema della divisione colonialista del globo nel XIX secolo (*Ibidem*). Come accennato in precedenza, l'approccio alle idee di "orientale" e "occidentale" nel seguente elaborato risente quindi delle teorie elaborate da Edward Said in *Orientalism* (1978): i termini "Oriente" e "Occidente" devono essere considerati nella loro natura discorsiva, vale a dire nella loro capacità di produrre conoscenza, e di plasmare "le condizioni stesse di intelligibilità e di possibilità di ciò che può essere pensato, visto, detto, agito o esperito" (Miyake 2014, p. 33) nei confronti di quelle regioni che vengono relegate a un ruolo di subalternità proprio a causa dell'etichetta di "Oriente". Anche nell'apparentemente innocuo discorso legato all'alimentazione è quindi necessario prestare attenzione all'uso di queste categorie; la produzione di conoscenza che deriva infatti da una divisione dei palati e degli stomaci in "orientali" e "occidentali" è solo in apparenza un riflesso di una distinzione geografica; il rapporto dovrebbe invece essere analizzato nella

direzione opposta: è proprio la diffusione egemonica di queste categorie che ha creato la base per una divisione del mondo tra “Occidente” e “Oriente”.¹ Di conseguenza, nonostante l'alimentazione possa sembrare un campo neutro, la conoscenza che deriva dalla distinzione sopra accennata non può mai essere separata dalla riproduzione di determinati schemi di potere e si inserisce nel più ampio quadro che ha permesso (e continua a permettere) la riproduzione di questo sistema globale. Riprendendo ancora una volta le parole di Hall:

[T]he idea of “the West,” once produced, became productive in its turn. It had real effects: it enabled people to know or speak of certain things in certain ways. It produced knowledge. It became *both* the organizing factor in a system of global power relations *and* the organizing concept of term in a whole way of thinking and speaking. (Hall 1992, p. 187)

Per riassumere, con il seguente elaborato si cercherà di sistematizzare e ampliare la trattazione accademica in merito al tema della percezione stereotipata della cucina cinese/giapponese nel nostro paese, campo ancora poco esplorato (Mudu 2007, Fanelli e Di Nocera 2018); allo stesso tempo, appoggiandosi alla più ricca produzione relativa al gastronazionalismo in Europa (Di Fiore 2019, DeSoucey 2010) e in Italia (Fino e Cecconi 2021), si cercherà di gettare nuova luce sul collegamento tra questi processi, e i meccanismi orientalisti e auto-orientalisti diffusi nella realtà italiana. L'obiettivo ultimo rimane quello di mettere in discussione l'idea di “autenticità” a tavola per mostrare la natura discorsiva del concetto di cucina nazionale, analizzando il cibo come un segno —tutt'altro che neutro— usato per includere o escludere, definire e negoziare la propria identità.

¹ I concetti di orientalismo e occidentalismo verranno delineati con maggiore precisione nel capitolo 4.1. Per una trattazione più approfondita si rimanda a Edward W. SAID, *Orientalism*, New York, Vintage Books, 1979; Fernando CORONIL, “Beyond Occidentalism: Toward Nonimperial Geohistorical Categories”, *Cultural Anthropology*, 11, 1, 1996, p. 51-87

2 Ristorazione “orientale” in Italia

Attraverso il seguente capitolo si cercherà di delineare la nascita e la diffusione della ristorazione “orientale” nel nostro Paese. Espressioni come “cucina ‘asiatica’” o “cucina ‘orientale’” continuano ad essere usati frequentemente come termini ombrello per diverse culture culinarie. Molto spesso tuttavia finiscono per sovrapporsi con le due cucine etniche più apprezzate nel nostro Paese: quella cinese e quella giapponese (Santojanni e Genovese 2017).

Nonostante termini come “cucina etnica” vengano utilizzati frequentemente dalle indagini citate (Russo 2015, Russo 2018, Santojanni e Genovese 2017) —e quindi ripresi più volte anche all’interno del seguente elaborato— si ritiene importante prendere consapevolezza delle criticità relative ai seguenti termini; usando le parole di Ray Krishnendu, in ambito dei *food studies*:

Ethnicity became the dominant mode of framing difference without falling into the problem of race. [...] The term itself is one of the signs of unequal relationship between the self-proclaimed normative center of the Euro-American imagination, its dominating institutions, and numerous categories of others such as the foreigner, the tourist, the exile, the stranger, the immigrant, etc., in a rich semiotic universe of slippery, relational selfhoods and Otherness. (Krishnendu 2016, p. 4)

Tenendo a mente questo punto, nel seguente capitolo si analizzerà il successo della cucina cinese e giapponese in Italia mettendole in relazione alla più ampia diffusione dell’imprenditoria immigrata cinese: come si cercherà di mettere in luce, la conoscenza di queste abitudini culinarie in Italia è stata mediata principalmente dalla vivace attività imprenditoriale della comunità cinese, giunta in maniera massiccia a partire dagli anni Ottanta attraverso reti migratorie —anche dette reti etniche— stabilitesi nella prima metà del XX secolo. Per analizzare in che modo si è radicata una certa rappresentazione orientalista di queste cucine in Italia si ritiene quindi necessario ripercorrere le forme che l’imprenditoria cinese ha assunto nel nostro Paese.

Si attingerà quindi ai dati forniti in merito alla comunità cinese dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali inquadrandoli storicamente all'interno dei processi migratori sviluppatasi dalla regione dello Zhenjiang verso l'Italia a partire dagli anni Venti del Novecento. Riprendendo il concetto di *embeddednes* descritto da Storti (2009), si cercherà quindi di mostrare il collegamento tra questi fenomeni migratori, la realtà socio-economica italiana e il successo degli imprenditori cinesi legati al settore della ristorazione. Il capitolo si concluderà con una breve analisi storica dell'evoluzione della ristorazione “orientale” in Italia nel contesto della crescita del mercato della cucina etnica.

Per riassumere, la storia della cucina “orientale” in Italia è una storia di migrazioni; la comprensione del suo sviluppo e della sua percezione—in positivo e in negativo— non può prescindere dalla storia degli attori che ne hanno permesso la diffusione e la popolarizzazione.

2.1 Migrazione cinese e giapponese in Italia

I primi migranti cinesi arrivano in Italia negli anni Venti del Novecento, rendendo il flusso migratorio cinese uno dei primi diretti verso un Paese che fino a quel momento era stato centro di imponenti processi di emigrazione (Direzione Generale dell'immigrazione e delle politiche di integrazione² 2018). Originari per lo più della provincia dello Zhejiang, i primi immigrati si stabiliscono a Milano dopo essere stati impiegati in Francia durante il periodo della Prima guerra mondiale per sostituire la manodopera nelle fabbriche, scavare trincee e costruire strade. (Kwon 2013)

Questo primo insediamento innescherà un effetto a catena —i cosiddetti *migrant networks* o reti etniche— che condurrà all'intensificazione del flusso di migrazione dalle zone più povere della provincia dello Zhejiang (in particolar modo dall'area rurale del Wenzhou) per motivi economici, per ricostituire i nuclei familiari o per sfuggire alla violenza locale (Minghuan 2013). Riprendendo l'efficace definizione fornita da Massey, con “reti migratorie” si intende:

² D'ora in avanti abbreviato in DGIPI.

[...] sets of interpersonal ties that connect migrants, former migrants, and non migrants in origin and destination areas through ties of kinship, friendship, and shared community origin. They increase the likelihood of international movement because they lower the costs and risks of movement and increase the expected net returns to migration. Network connections constitute a form of social capital that people can draw upon to gain access to foreign employment. (Massey et al. 1993, p. 448)

La presenza in Italia di una rete di supporto in grado di fornire sicurezza dal punto di vista abitativo, economico e lavorativo (Cologna 2003), rimane quindi un elemento decisivo nel secondo flusso migratorio che si sviluppa dalle zone del Fujian e dello Zhenjiang a partire dalla fine degli anni Settanta, in concomitanza con la ripresa della politica della porta aperta e con la liberalizzazione delle leggi relative alla migrazione internazionale.³ Questa particolare dinamica ha caratterizzato profondamente l'identità della comunità cinese in Italia determinando una relativa omogeneità nelle zone di origine degli immigrati cinesi:

Buona parte dei cinesi che oggi vivono nel nostro paese vi sono giunti o vi sono nati nell'arco degli ultimi trent'anni, ma molti di loro appartengono ai medesimi lignaggi familiari e provengono dagli stessi villaggi di montagna da cui erano partiti i loro avi prima della Seconda guerra mondiale. (Ardonino et al. 2020, p. 4)

A partire dagli anni Ottanta la migrazione dalla zona del Wenzhou non rappresenta più un semplice tentativo di sfuggire alla povertà come era stato per le generazioni precedenti; la migrazione diventa “un modello di mobilità economica e sociale che struttura aspettative e progetti migratori, prevedendo il raggiungimento di traguardi progressivi: da dipendente di

³ In seguito alla nascita della Repubblica Popolare Cinese nel 1949 lo stretto controllo dell'emigrazione aveva di fatto azzerato i flussi migratori verso l'Italia. Dal 1978 la distensione delle politiche migratorie voluta da Deng Xiaoping porta nuovo vigore nei flussi migratori: tra 1979 e 1985 i “nuovi emigranti” dalla RPC sono circa 350.000. L'introduzione della Legge della Repubblica Popolare Cinese sul Controllo dell'Uscita e dell'Ingresso dei Cittadini nel 1985 porterà a una crescita del fenomeno: nel solo 1990 gli emigrati sono 234.800 per poi superare le 750.000 unità nel 2000. Per un ulteriore approfondimento sul fenomeno migratorio cinese si rimanda a Qian SONG e Zai LIANG, “New Emigration from China: Patterns, Causes and Impacts”, *Dang Dai Zhongguo Yan Jiu*, 26, 1, 2019, pp. 5-31.

un'impresa familiare, a titolare di una propria piccola azienda di famiglia, fino a diventare proprietario di numerose imprese gestite da propri parenti” (DGIPI 2020, p. 6).

Ad oggi la comunità cinese rappresenta la terza collettività di cittadinanza non comunitaria in Italia per numero di residenti: secondo il *Rapporto annuale sulla presenza dei migranti* del 2021 del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, i cittadini cinesi con regolare permesso di soggiorno sul territorio italiano sono 279.728. Fino al 2018 quella cinese ha rappresentato una delle comunità con le migliori condizioni occupazionali (DGIPI 2018) e, nonostante una flessione in seguito alla pandemia da COVID-19, continua a mantenere un tasso di disoccupazione al 3%, di otto punti inferiore rispetto alla media delle altre collettività non comunitarie. Il livello di istruzione dei cittadini cinesi occupati è medio-basso e generalmente inferiore rispetto al totale dei Paesi non comunitari:⁴ l'82,5% ha conseguito al massimo il diploma di licenza media e solo il 3% circa possiede una laurea (DGIPI 2020). Nonostante una diffusione in diversi settori occupazionali —prevalentemente nel campo commerciale e della ristorazione (67%), e nell'industria in senso stretto (21%) (fig. 1)— le paghe dei lavoratori dipendenti di origine cinese sono “decisamente inferiori a quelle riservate al complesso dei lavoratori non comunitari (654 euro a fronte di 1.075 euro)” (DGIPI 2020, p. 19).

Di diversa portata è invece la migrazione giapponese verso l'Italia: gli imponenti flussi migratori avviatisi dal Giappone durante l'Epoca Meiji (1868-1912) coinvolgeranno principalmente Stati Uniti e Brasile (NDL, 2014) comprendendo solo marginalmente il nostro Paese, nonostante relazioni diplomatiche ufficiali tra Italia e Giappone fossero già state avviate nel 1866 con il Trattato di Amicizia e di Commercio (Tamburello, 2003b).

Per l'inizio di una migrazione più sostenuta dal Giappone si dovrà attendere la seconda metà del Novecento. Dopo il disastro della Seconda guerra mondiale, la ripresa di rapporti ufficiali con l'Italia avverrà solamente nel 1951, segnando l'inizio di un processo che porterà alla progressiva intensificazione di collegamenti diplomatici e commerciali tra i due paesi; per ricordare alcuni dei passaggi più importanti a livello culturale e commerciale: nel

⁴ Stando ai dati del 2018 del Rapporto annuale sulla presenza dei migranti del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, nella popolazione non comunitaria il 58% possiede la licenza media, il 31% il diploma di scuola superiore e l'11% la laurea. Per la comunità cinese, le corrispettive percentuali nel 2018 sono 84%, 13% e 3%.

- Agricoltura, caccia e pesca
- Industria
- Commercio e ristorazione
- Trasporti e servizi alle imprese
- Servizi pubblici, sociali e alle persone

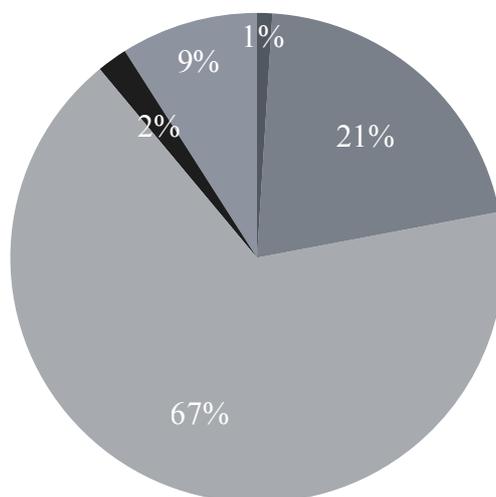


Fig. 1 Occupati cinesi residenti in Italia per tipologia professionale al 2017

1963 JETRO⁵ apre la prima sede italiana a Milano, nel 1974 a Roma viene fondata l'Associazione Italiana per gli Studi Giapponesi (AISTUGIA), nel 1989 viene costituito il Italy-Japan Business Group per promuovere lo scambio commerciale tra i due paesi, nel 1995 viene istituito l'Istituto Italiano per l'Africa e l'Oriente (IsIAO) fondendo e ristrutturando due prestigiosi istituti: l'Istituto Italo-Africano (IIA) e l'Istituto Italiano per il Medio ed Estremo Oriente (IsMEO) (Tamburello, 2003a).

Parallelamente, il crescente interesse da parte giapponese nei confronti dell'Italia si manifesta in un'esplosione della popolarità del nostro Paese nel corso degli anni Novanta (Miyake 2011); si stima che in questo periodo più di quattromila giapponesi all'anno si iscrivessero a corsi di italiano (Tamburello 2003a). Un'altra testimonianza del fenomeno è data dal vertiginoso aumento del turismo giapponese verso l'Italia: "I turisti giapponesi in Italia, che negli anni '60 non superavano i ventimila all'anno, erano saliti a 200 mila venti anni dopo; nei primi anni '90 raggiungevano i due milioni" (*Ibidem*, p. 176).

⁵ Japan External Trade Organization, "un ente semi-governativo giapponese, il cui scopo è quello di promuovere i rapporti economico commerciali tra il Giappone ed il resto del mondo", https://www.jetro.go.jp/italy/chi_siamo.html, ultimo accesso 03/08/2022.

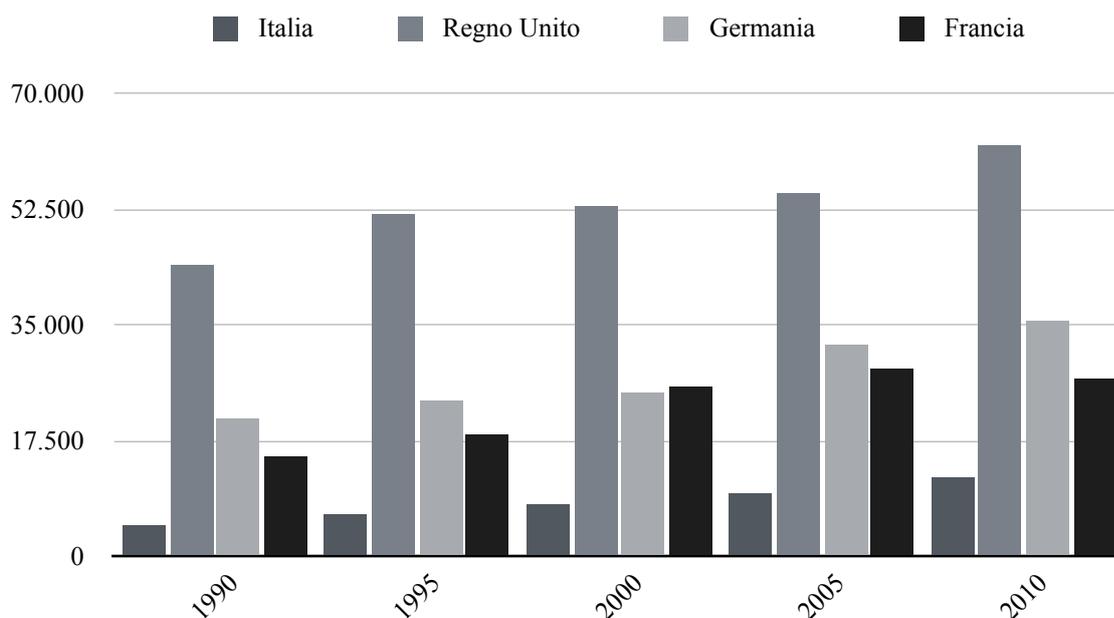


Fig. 2 Andamento della popolazione immigrata giapponese in Italia, Regno Unito, Germania e Francia

Questo nuovo rapporto tra Italia e Giappone si riflette anche nei fenomeni migratori: tra 1990 e 1995 la componente di immigrazione giapponese in Italia aumenta del 27% (la media europea per lo stesso periodo è del 17%), mentre nel quinquennio successivo l'aumento raggiunge il 30%, posizionando l'Italia 18 punti sopra la media europea e al secondo posto dopo la Francia (38%) (fig. 2).⁶

La nascita di una comunità giapponese più nutrita nel nostro Paese (e in Europa) si verifica quindi con modalità e caratteristiche estremamente differenti rispetto a quella cinese. Il primo consistente nucleo di cittadini giapponesi in Italia si inserisce infatti nel contesto degli anni Settanta quando “Japanese manufacturing strategies shifted from export orientation to a focus on local production and Japanese direct investment in Europe intensified” (Cwierka 2007, p. 190). Il secondo aumento significativo invece è collegato al fenomeno del *boom* italiano degli anni Novanta quando l'aumentato interesse per la cultura italiana e il deprezzamento della lira nei confronti dello yen rendono “accessibile ad una cerchia molto

⁶ Elaborazione a partire dal rapporto del Ministero degli Affari Esteri del Giappone, *Kaigai zairyū hōjinsū (Heisei ni-nijūnen)* (2008) i cui dati sono consultabili all'indirizzo https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwiontak8JX5AhVCX_EDHRLXD68QFnoECAMQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.stat.go.jp%2Fdata%2Fnenkan%2Fback62%2Fzuhyou%2Fy0215000.xls&usg=AOvVaw2UcbNQyJCQ4BrO0HHx4uEJ, ultimo accesso 26/07/2022.

estesa dei ceti femminili medi viaggiare anche più volte in Italia e fare shopping di *griffe* italiane a Milano, Venezia, Firenze o Roma” (Miyake 2011, p. 12).

Considerando i numeri assoluti della migrazione giapponese, il fenomeno rimane tuttavia estremamente limitato: stando ai dati del Ministero degli Affari Esteri del Giappone, i cittadini giapponesi residenti in Italia al 2021 risultano 14.020,⁷ circa lo 0,27% della popolazione straniera.⁸ Anche un confronto con i paesi europei in cui la componente giapponese è maggiormente presente mostra come i numeri italiani siano relativamente contenuti: i cittadini giapponesi nel Regno Unito sono 63.653, in Germania 42.135 e in Francia 36.347.⁹

2.2 Imprenditoria cinese in Italia

La comunità cinese in Italia si caratterizza per un vivace spirito imprenditoriale classificandosi seconda per numero di imprenditori individuali: 52.534 nel 2020, ovvero il 13,4% degli imprenditori non comunitari residenti in Italia (DGIPI 2020). La forte capacità di adattamento al contesto economico italiano ha permesso all'imprenditoria cinese di svilupparsi in diversi settori con una maggiore concentrazione nei campi del commercio e della ristorazione: stando ai dati del 2019 forniti dall'Unioncamere, il 36,9% degli imprenditori di origine cinese sarebbe attivo nel settore del commercio e il 13,8% in quello della ristorazione (Ardonino et al. 2020). Proprio il campo della ristorazione ha visto una costante crescita negli anni: nel 2015 i ristoranti cinesi e giapponesi combinati costituivano oltre il 56% di tutte le attività di ristorazione etnica per un totale di oltre 10.600 unità (Russo, 2015).

⁷ Il dato proviene dal report *Kaigai zairyū hōjinsū chōsa tōkei* (2022) del Ministero degli Affari Esteri del Giappone che può essere scaricato al seguente indirizzo <https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&layout=datalist&toukei=00300100&tstat=000001055779&cycle=0&tclass1=000001166167&tclass2val=0>, ultimo accesso 20/07/2022.

⁸ La percentuale è stata calcolata su una popolazione straniera di 5.193.669 unità secondo i dati ISTAT al 01/01/2022. http://dati.istat.it/Index.aspx?DataSetCode=DCIS_POPSTRRES1, ultimo accesso 03/08/2022.

⁹ La minore numerosità si conferma anche a livello di rapporto tra immigrati giapponesi e popolazione totale: per l'Italia lo 0,023%, per la Germania lo 0,051%, per la Francia lo 0,054% e per il Regno Unito lo 0,095%. I dati relativi all'immigrazione giapponese provengono dal sopracitato *Kaigai zairyū hōjinsū chōsa tōkei* (2022) mentre quelli relativi alla popolazione fanno riferimento ai dati OCSE al 2020 consultati alla pagina <https://data.oecd.org/pop/population.htm>, ultimo accesso 03/08/2022.

La diversificazione e il successo dell'imprenditorialità di origine cinese in Italia devono essere spiegati attraverso una molteplicità di concause che possono essere inquadrate attraverso lo schema generale fornito da Storti nell'articolo *Formazione e forme dell'imprenditorialità immigrata* (2009). Innanzitutto è necessario allontanarsi da spiegazioni culturalistiche ed essenzializzanti che privano di *agency* gli attori economici inquadrandoli in un rigido determinismo biologico che attribuirebbe una certa predisposizione all'imprenditorialità a determinate culture di appartenenza. La complessità della pratica economica deve essere analizzata in quanto concomitanza di più fattori che dialogano tra loro nell'ottica della *embeddedness* fornita dalla Nuova Sociologia Economica; riprendendo le parole di Granovetter citato da Storti: “[gli attori economici] non agiscono o decidono come atomi fuori da un contesto sociale, né come schiavi di un copione scritto per loro” (Storti 2009, p. 330). Per ricostruire una figura a tutto tondo dell'attore economico immigrato sarà quindi necessario unire considerazioni su elementi quali: predisposizione individuale all'imprenditoria, livello di istruzione, possesso o meno di capitale economico, politiche migratorie del Paese d'arrivo, barriere di accesso al settore economico target, opportunità determinate da una domanda più o meno sostenuta, rete di capitale sociale su cui poter far leva. Come conclude Storti, risulta quindi difficile —se non impossibile e controproducente— trovare una regola universale per approcciarsi allo studio dell'imprenditoria immigrata e risulta invece necessario analizzare questi fenomeni in casi circoscritti e ben definiti.

Mantenendo come base questo ragionamento, si possono fare diverse considerazioni sulla diffusione delle attività legate alla ristorazione gestite da immigrati cinesi. La prima riguarda la scolarizzazione degli immigrati: riprendendo la teoria dello svantaggio, il lavoro nel settore della ristorazione può essere considerato come una conseguenza degli ostacoli rappresentati da un livello di istruzione generalmente medio-basso e una conoscenza parziale della lingua. In altre parole, quello della ristorazione potrebbe essere interpretato come un rifugio accessibile rispetto a lavori che richiedono qualifiche specifiche (Storti 2009). Significative in questo senso sono le parole di un abitante del Wenzhou intervistato da Li Minghuan:

I know that I may not be able to find a job as a carpenter in the Netherlands! But I don't care about that. I am a young man of great strength. I can work in any Chinese restaurant. [...] I have no prospects if I stay here and be a carpenter all my life, but I do believe that I may become a restaurant boss in the Netherlands in a few years, just like my uncles and other fellow villagers. [...] What I need is a good chance. This chance is in Europe. (Minghuan 2013, p 186)

Un ulteriore elemento che emerge dall'intervista è l'importanza delle sopracitate reti migratorie nei paesi di arrivo; la presenza di una comunità in grado di condividere conoscenza riguardo a uno specifico settore, oltre che capitale economico e sociale (rappresentato da una stabile rete di contatti acquisita tramite esperienza diretta), rappresenta un forte incentivo per i *newcomer* per mantenersi nello stesso settore, permettendo loro di avviare nel minor tempo possibile una nuova impresa (Cologna 2003). A tale proposito sono di particolare interesse le interviste presentate da Zanini (2018) nella sua analisi delle dinamiche proprie dell'imprenditoria cinese in Veneto; si cita di seguito la risposta di un'imprenditrice cinese di Verona alla domanda "Prima di venire in Italia avevate esperienza di ristorazione o avete imparato qui?":

Quando siamo arrivati in Italia, il problema era che non sapevamo la lingua e non avevamo altre scelte. Se la famiglia ha un ristorante uno impara questo mestiere, se la famiglia ha un laboratorio di abbigliamento uno impara quest'altro mestiere. Non c'erano altre possibilità. (Zanini 2018, p. 152)

Se quindi i *migrant network* hanno continuato a collegare a doppio filo la comunità cinese italiana alla zona del Wenzhou, non risulta strano che le attività imprenditoriali di immigrati ricalchino quelle "tipiche dei cinesi dello Zhejiang: ristorazione, lavorazione in conto terzi nei settori dell'abbigliamento e della maglieria, attività commerciali all'ingrosso" (Cologna 2003, p. 50). Un altro elemento da prendere in considerazione è il concetto di *relative deprivation* che Minghuan riprende dagli studi di Massey:

households send workers abroad not only to improve income in absolute terms, but also to increase income relative to other households, and, hence, to reduce their relative deprivation compared with some reference group. [...] Seeing some families vastly improve their income through migration makes families lower in the income distribution feel relatively deprived, inducing some of them to migrate, which further exacerbates income inequality and increases the sense of relative deprivation among nonmigrants, inducing still more families to migrate, and so on. (Massey et al. 1993, pp. 438, 451-452)

Avviare un'attività in Europa ha rappresentato per diverse generazioni un'opportunità in grado di fruttare salari nettamente superiori rispetto alla media della regione dello Zhejiang; nonostante il miglioramento delle condizioni di vita nella zona del Wenzhou, è proprio la *relative deprivation* percepita dal confronto con famiglie arricchitesi rapidamente grazie alle rimesse provenienti dalle attività imprenditoriali avviate in Italia e in Europa che ha contribuito all'aumento dei flussi migratori dallo Zhejiang e alla crescita dell'imprenditoria cinese immigrata. Un ultimo elemento di contorno all'azione economica da tenere in considerazione è la struttura del campo della ristorazione in Italia, un *low threshold market* che si distingue per costi di avvio di una nuova attività relativamente contenuti, divisione del lavoro che promuove piccoli *business* a conduzione familiare, e rapida diffusione di attività su base imitativa (Mudu 2007; Storti 2009; Zanini 2018).

La combinazione di questi elementi e di una domanda di cibo "etnico" in costante crescita a partire dagli anni Ottanta determinerà un'esplosione del numero delle attività di ristorazione cinesi. Nella successiva sezione si cercherà di delineare in modo più approfondito l'importanza della crescita nella domanda di cucina cinese e giapponese in Italia ripercorrendo le tappe principali che hanno caratterizzato lo sviluppo della ristorazione cinese e giapponese nel nostro Paese.

2.3 Ristorazione etnica in Italia

Il boom della ristorazione “asiatica” si inserisce nel più ampio contesto della crescita del consumo di cibo etnico in Italia. Come sottolineato da Mascarello et al. (2019), l’arrivo negli ultimi decenni di consistenti flussi migratori verso il nostro Paese e la globalizzazione del mercato italiano hanno favorito una sempre maggiore diffusione di differenti modelli alimentari. Sebbene il grado di neofobia alimentare¹⁰ resti significativo e non si possa parlare di una diffusione del cibo etnico tanto pervasiva di quanto nei paesi anglosassoni (Mascarello et al. 2019), l’indiscutibile successo di nuove abitudini alimentari è corroborato da diverse indagini.

Dagli anni Novanta a oggi il mercato dei prodotti alimentari etnici ha sperimentato una crescita costante: tra il 2007 e il 2015 i consumi di prodotti etnici — ovvero prodotti “di provenienza extraeuropea che non hanno una presenza tradizionale e consolidata nella nostra alimentazione” — è pressoché raddoppiato (Santojanni e Genovese 2016, p. 46). Stando al *Rapporto Coop 2015*, un italiano su due ha mangiato etnico almeno una volta nella propria vita mentre un italiano su cinque consuma cibo etnico almeno una volta al mese (Russo 2015). Questa tendenza si è confermata anche negli ultimi anni: il *Rapporto Coop 2021* mostra come l’acquisto di queste specialità (“cinesi, messicane e altre nazionalità”) nel primo semestre dell’anno sia cresciuto del 74% rispetto al 2019 registrando vendite per 11 milioni di euro nel solo circuito della grande distribuzione organizzata (*Ibidem*, pp. 135-136).

L’aumentato interesse verso abitudini alimentari extraeuropee si riflette non solo nella crescita della vendita al dettaglio di prodotti alimentari, ma anche nell’aumento delle attività nel settore della ristorazione specializzate in cibo etnico, per un totale di circa 19.000 ristoranti etnici distribuiti sul territorio nazionale (Santojanni e Genovese 2016) che vengono

¹⁰ Usando le parole di Pliner e Hobden citate da Mascarello et al. con neofobia alimentare si intende la “reluctance to eat and/or avoidance of novel foods”. Il grado di chiusura a verso nuovi alimenti viene misurato con la Food Neophobia Scale (FNS) e varia sulla base di variabili sociodemografiche come: esposizione a culture culinarie diverse, età anagrafica, occupazione, educazione, luogo di residenza ecc. Analizzando i dati raccolti su un campione di 1.317 italiani, Mascarello conclude che “The Italian sample seems to be slightly neophobic considering that the mean FNS index value is slightly higher than the midpoint of the scale”. Per un approfondimento sul tema si rimanda a Giulia MASCARELLO et al., “Ethnic Food Consumption in Italy: The Role of Food Neophobia and Openness to Different Cultures”, *Foods*, 9, 112, 2020, pp. 1-13.

Cucina cinese
 Cucina giapponese

Cucina messicana

Altro

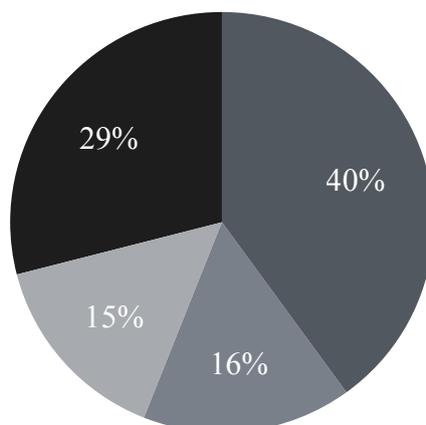


Fig. 3 Tipologie di ristoranti etnici in Italia

frequentati almeno una volta al mese dal 19% degli italiani e almeno due o tre volte l'anno dal 30,1% (Russo 2015).

Come si evince dal rapporto Coop citato in precedenza e da un'indagine a campione dell'Osservatorio dell'Istituto Zooprofilattico Sperimentale delle Venezie, le cucine "esotiche" maggiormente apprezzate dagli italiani sono quella cinese e quella giapponese: dei circa 19.000 ristoranti etnici citati in precedenza il 40% è cinese e il 16% giapponese (fig. 3)¹¹ (Russo 2015; Santojanni e Genovese 2016). A tal proposito, può essere interessante osservare anche alcune curve di ricerca attraverso Google Trends; nonostante le curve consultabili non abbiano validità di sondaggio, si dimostrano tuttavia significative nel catturare determinate tendenze di ricerca degli italiani:¹² ricerche come "ristorante cinese", "ristorante giapponese"

¹¹ Elaborazione grafica a partire dai dati di Albino RUSSO, *Rapporto Coop 2015 Consumi e distribuzione*, Roma, Agra Editrice, 2015.

¹² Come viene specificato dalla stessa Guida di Trends: "Google Trends non è un sondaggio scientifico e non deve essere confuso con i sondaggi. Si limita a mostrare l'interesse di ricerca per determinati argomenti. Un picco in un determinato argomento non indica che tale argomento sia in qualche modo "popolare" o "migliore", ma solo che, per qualche motivo imprecisato, sembrano esserci molti utenti che eseguono una ricerca sull'argomento. I dati di Google Trends devono essere sempre considerati come un solo punto dati tra tanti, prima di trarre conclusioni". Consultabile al link https://support.google.com/trends/answer/4365533?hl=it&ref_topic=6248052, ultimo accesso 13/07/22.

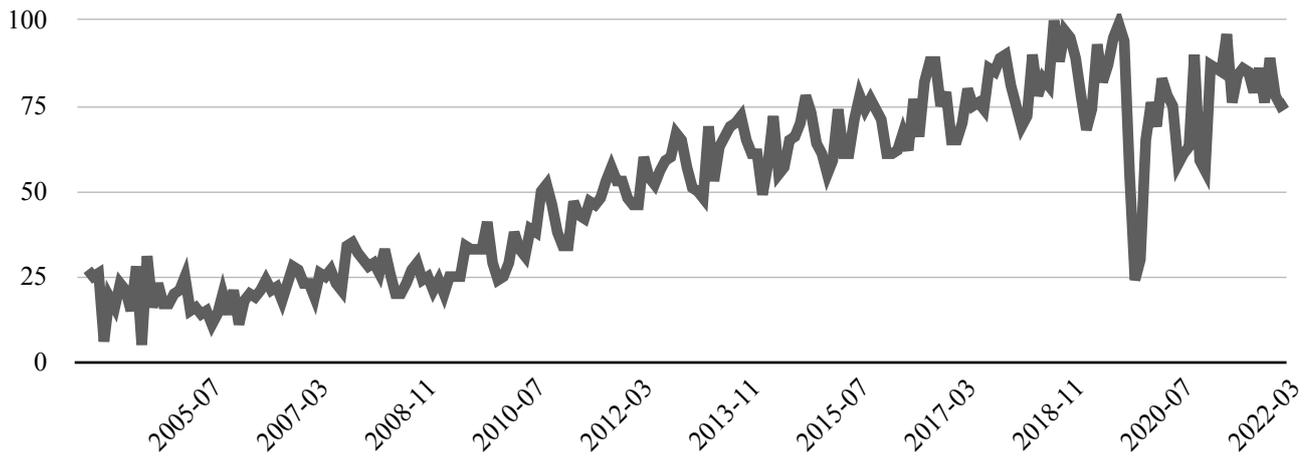


Fig. 4 Tendenze di ricerca per “ristorante cinese” in Italia dal 2004 al 2022

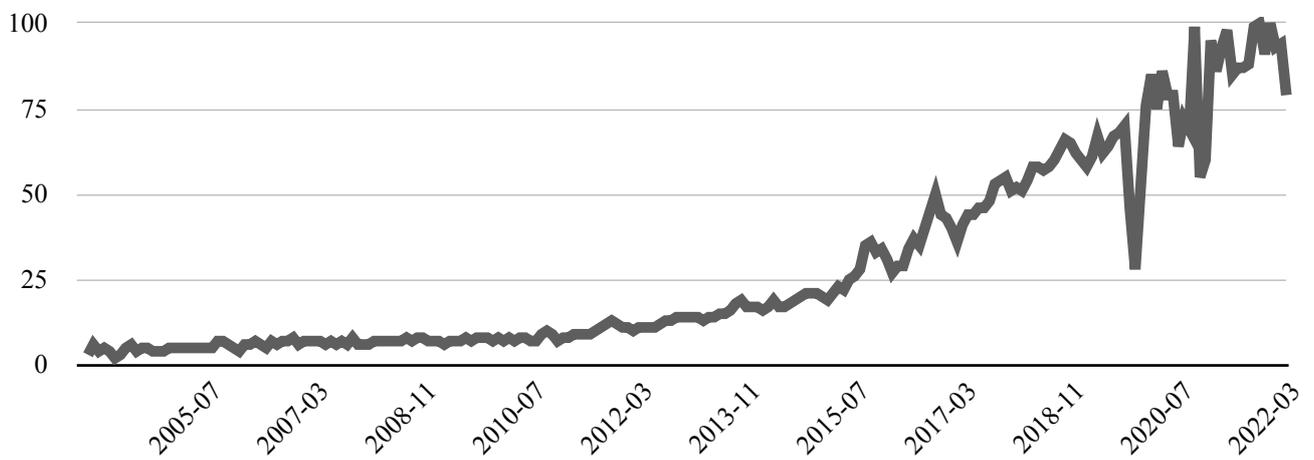


Fig. 5 Tendenze di ricerca per “sushi” in Italia dal 2004 al 2022

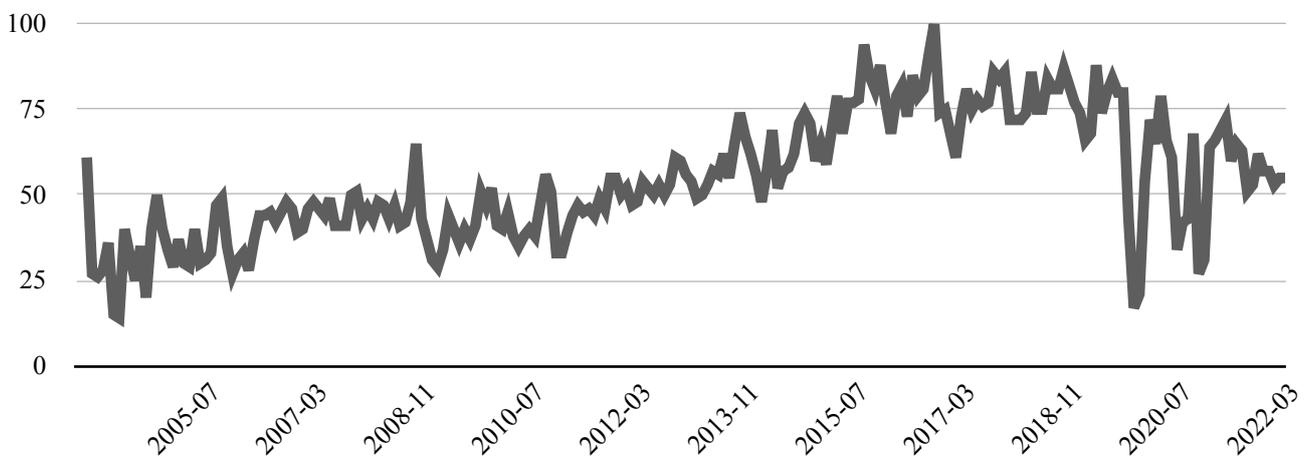


Fig. 6 Tendenze di ricerca per “ristorante giapponese” in Italia dal 2004 al 2022

o “sushi” (fig. 4, 5, 6)¹³ mostrano una tendenza crescente continua dal 2004 al 2019. In seguito a una marcata flessione in corrispondenza del periodo iniziale della pandemia da COVID-19 alcuni termini, come “ristorante cinese” (fig. 4), si sono attestati sui valori precedenti mentre altri hanno mantenuto un trend ascendente. Emblematico è il caso del sushi: il continuo andamento crescente nelle ricerche relative all’argomento (fig. 5) si affianca a un vertiginoso aumento dei consumi: nel primo semestre del 2021 il sushi ha registrato vendite per 121 milioni di euro nel solo largo consumo confezionato, segnando una crescita del 102% rispetto al 2019. Per mettere in prospettiva questi numeri, si consideri che nello stesso semestre di riferimento le vendite totali di cibo etnico (includendo quindi anche quelle di sushi) si sono attestate attorno ai 188 milioni di euro, con una crescita media del 73% rispetto al 2019 (Russo 2021).

Non sorprende quindi la presenza ormai radicata sul territorio nazionale di una grande quantità di locali di cucina cinese e giapponese. Il primo ristorante cinese in Italia è lo Shanghai che apre a Roma nel 1946 (Bressan 2013); è solo dagli anni Settanta e Ottanta però che il settore inizierà a svilupparsi assorbendo parte dei flussi migratori dalle zone dello Zhejiang e iniziando ad attrarre sempre più clienti italiani. Se negli anni Sessanta la cosiddetta ristorazione asiatica continuava ad essere un fenomeno estremamente limitato, che interessava principalmente turisti e uomini d’affari in viaggio, è proprio dal decennio successivo che la capacità di adattamento al contesto italiano dei ristoratori cinesi porterà a una popolarizzazione di questi locali (*Ibidem*). Nascono in questi anni ristoranti che si caratterizzano per un abile uso del proprio capitale etnico —che si manifesta nell’esibizione di una autenticità declinata in un arredo stereotipicamente cinese— e per una marcata capacità di adattare il proprio menù al gusto italiano e alla reperibilità di materie prime, mutuando di frequente pietanze nate nella comunità cinese statunitense (come gelato fritto, biscotti della fortuna e toast di gamberi) e adottando la divisione italiana del pasto in antipasti-primi-secondi-dolce (Zanini 2018). Per quel fenomeno tipico della ristorazione immigrata

¹³ I grafici riportati sono un’elaborazioni dei dati ottenuti consultando Google Trends in data 14/07/2022 per i termini “ristorante cinese”, “sushi” e “ristorante giapponese” nell’arco temporale 01/2004-07/2004 in Italia. Come indicato da Google Trends, i numeri indicati nei grafici rappresentano “l’interesse di ricerca rispetto al punto più alto del grafico [...]. Il valore 100 indica la maggiore frequenza di ricerca del termine, 50 indica la metà delle ricerche. Un punteggio pari a 0, invece, indica che non sono stati rilevati dati sufficienti per il termine”.

*underembedded*¹⁴ descritto da Storti (2009), negli anni successivi si assisterà quindi alla nascita di diversi locali sulla base di processi di mimesi dei ristoranti di maggiore successo.

Dagli anni Novanta il susseguirsi di provvedimenti di sanatoria e regolarizzazione di lavoratori immigrati favorirà l'espansione del mercato della ristorazione cinese; si ricordano in particolare la Legge Martelli (1990), la Legge Turco Napolitano (1998) e la Legge Bossi Fini (2002) (Bressan 2013). La Legge Bossi Fini in particolare, dando ai datori di lavoro la possibilità di regolarizzare i propri dipendenti irregolari, porterà alla sanatoria di 634.728 lavoratori di cui 32.805 proveniente dalla Repubblica Popolare Cinese.¹⁵ Nonostante i numeri raggiunti che “non ha[nno] precedenti in Europa”,¹⁶ la Legge porterà conseguenze negative sulla vita di diversi immigrati irregolari dando il via “a forme di sfruttamento basate sul fatto che solo il datore di lavoro aveva la titolarità della presentazione della domanda di regolarizzazione” (*Ibidem*, p. 106) o a licenziamenti per evitare di dover affrontare il processo di regolarizzazione. (Mola 2002)

Una battuta d'arresto alla ristorazione cinese si verifica nel 2003 con l'esplosione dell'epidemia di SARS, acronimo di *severe acute respiratory syndrome*. La malattia si diffonde tra il novembre 2002 e il luglio 2003, causando oltre 8.000 contagi e 774 morti; in Italia i casi confermati sono 4 e non è stato registrato alcun decesso.¹⁷ La diffusione del “virus

¹⁴ Storti usa il termine per descrivere l'espansione della categoria dei pizzaioli immigrati in Germania. Questo genere di attività si caratterizza per un agire economico che “è fortemente localizzato ed è stato trainato, quantomeno all'origine, da una buona ricettività da parte della clientela e da una favorevole struttura delle opportunità. Inoltre, abbiamo già sottolineato la ristrettezza delle loro reti e la scarsa esplicitazione di regole normative e costitutive che contraddistingue le pizzerie. Coerentemente, esse costituiscono una popolazione di piccole imprese caratterizzate da una diffusa omogeneità [...] , che si realizza in base a un processo di isomorfismo di tipo prevalentemente mimetico” (Storti 2009, p. 347).

¹⁵ I numeri sono forniti dall'allora Ministro dell'Interno Pisanu in un intervento del 29/01/2004 consultabile al seguente indirizzo https://www1.interno.gov.it/mininterno/export/sites/default/it/sezioni/sala_stampa/interview/Interventi/_sottosegretario_xprecedenti/intervista_240.html_944127795.html, ultimo accesso 14/07/2022.

¹⁶ Nell'intervento completo citato alla precedente nota il Ministro dell'Interno Pisanu afferma in merito al processo di regolarizzazione avviato dalla Legge Bossi Fini: “L'operazione non ha precedenti in Europa per dimensioni, rapidità e complessità amministrativa”.

¹⁷ I numeri sono quelli forniti dal World Health Organization sulla base dei dati al 31/12/2003 consultabili alla pagina <https://www.who.int/publications/m/item/summary-of-probable-sars-cases-with-onset-of-illness-from-1-november-2002-to-31-july-2003>, ultimo accesso 15/07/2022.

asiatico”,¹⁸ dalla “terra madre di tutte le epidemie”¹⁹ determina negli anni successivi una certa diffidenza nei confronti della comunità cinese²⁰ che si ripercuote anche sul settore della ristorazione. Le testimonianze sono diverse: intervistato da *La Repubblica* nel giugno 2003, Zhong Li —un ristoratore cinese di Genova— dichiara:

Va male, male, molto male. Ho dovuto licenziare tre camerieri. Non viene più nessuno. [...] La gente pensa che se viene nei nostri ristoranti prende la Sars, ma non è vero. (Persano 2003)

La stessa esperienza viene condivisa dai ristoratori intervistati da Zanini in merito:

Con l’arrivo della sars abbiamo sostanzialmente smesso di lavorare. [...] È cambiato tutto completamente. Di colpo... C’erano ancora clienti, ma era proprio molto difficile. La gente aveva paura; vedeva i cinesi dei ristoranti e aveva paura della sars. È stato difficile ed è andata avanti così per circa un anno. (Zanini 2015, p. 161)

Nonostante il duro colpo inflitto dalla pandemia, il mercato della ristorazione cinese continuerà a crescere negli anni successivi anche grazie a un’efficace opera di diversificazione, con la nascita di sushi wok —ristoranti di cucina cinese e giapponese

¹⁸ Il virgolettato fa riferimento al titolo comparso sul *Corriere della Sera* il 18 marzo 2003 nell’articolo di Margherita De Bac: “Il ‘virus asiatico’: un caso in Svizzera”. L’articolo può essere consultato nell’archivio del Corriere della Sera all’indirizzo https://archivio.corriere.it/Archivio/interface/view_preview.shtml#!/MjovZXMvaXQvcnNzZGF0aW1ldGhvZGUXL0AzMTI2Mw%3D%3D, ultimo accesso 14/07/2022.

¹⁹ Il virgolettato fa riferimento al titolo comparso su *La Repubblica* il 5 aprile 2003 nell’articolo di Marco Lupis: “Viaggio nel Guangdong terra madre di tutte le epidemie”. L’articolo può essere consultato nell’archivio de *La Repubblica* all’indirizzo <https://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/2003/04/05/in-viaggio-nel-guangdong-terra-madre-di.html?ref=search>, ultimo accesso 15/07/2022.

²⁰ Diversi episodi di discriminazione sono documentati nelle pagine della stampa nazionale, con un caso di bambini tenuti a casa da scuola per evitare di venire a contatto con due compagni di classe cinesi, un gruppo di turisti cinesi che è stato rifiutato da un albergo di Roma o la richiesta di certificati medici agli studenti cinesi delle zone di Firenze e Prato. Si rimanda a Daniela ONELLI, “Psicosi da virus killer Albergo rifiuta i cinesi”, *La Repubblica*, 2 aprile 2003; “Fuga da scuola: ci sono i cinesi”, *La Stampa*, 30 aprile 2003; Marzio FATTUCCHI, “Sars, certificati sanitari chiesti agli studenti cinesi”, *La Repubblica*, 5 giugno 2003

caratterizzati dalla presenza di un buffet—, ristoranti *all you can eat* e sushi bar. È proprio negli anni Duemila che molti ristoratori cinesi iniziano infatti a convertire le proprie attività in ristoranti giapponesi dando il via al processo di popolarizzazione di questa cucina in Italia. Gli imprenditori cinesi riusciranno quindi ad occupare una fetta di mercato che i pochi immigrati giapponesi in Italia non sarebbero riusciti a coprire (Zanini 2018), smarcandosi allo stesso tempo dall'equazione che uguagliava cinesi/cucina cinese a un potenziale veicolo della SARS. Quindi, intercettando il *sushi boom* che stava attraversando Londra dagli anni Novanta (Cwierka 2006), i ristoratori cinesi andranno assorbendo la sempre crescente domanda di cibo giapponese sfruttando la propria *ethnicity* come una sorta di bollino di autenticità; citando Zanini:

Un elemento che ha facilitato l'ingresso dei cinesi nel settore della ristorazione giapponese in Italia, come in altri paesi europei e negli Stati Uniti, è la somiglianza dei tratti somatici [tra cinesi e giapponesi] [...] e la frequente incapacità da parte della clientela occidentale di distinguere tra un cuoco giapponese e uno cinese. (Zanini 2018, p 165)

Un secondo momento di crisi per il settore viene segnato dall'inizio della pandemia da COVID-19. Il 31 dicembre 2020 vengono riportati all'OMS i primi casi di malattia da coronavirus dovuti al virus SARS-CoV-2 nella città di Wuhan e nel mese successivo iniziano ad essere registrati i primi casi fuori dalla Cina. In Italia, il cosiddetto paziente 1 viene individuato il 21 febbraio nel comune di Codogno. Il rapido aumento dei contagi nei giorni successivi condurrà all'adozione delle prime zone rosse in undici comuni della Lombardia e all'introduzione di un *lockdown* su scala nazionale il 9 marzo 2020 (Kampf e Hoffman 2021). Similmente a quanto già accaduto nel 2003 con l'epidemia di SARS, la comunità cinese tornerà ad essere al centro di violenti episodi di discriminazione e intolleranza. Emblematico in questo senso è il blitz del movimento neofascista Forza Nuova che nel gennaio del 2020 ha affisso davanti alle vetrine di attività cinesi dei volantini in cui si affermava “stando alle conoscenze attuali [...] la trasmissione di questo virus avverrebbe prevalentemente per contatto tra le persone e non per via alimentare o attraverso oggetti inanimati. Che sia vero

oppure no, Forza Nuova coglie l'occasione per consigliare, oggi più che mai, di sostenere i prodotti locali e le attività italiane. COMPRA ITALIANO! È un dovere morale".²¹ La crisi del settore della ristorazione cinese inizia quindi ben prima delle prime misure di lockdown varate nel marzo 2020: già nel mese di febbraio il presidente della Federazione Italiana Pubblici Esercizi stimò un mancato incasso per oltre 2 milioni di euro al giorno per questo settore²² mentre l'applicazione TheFork registrava un crollo del 42% nelle prenotazioni per i ristoranti cinesi nelle ultime settimane di gennaio 2020.²³ Le testimonianze dei ristoratori confermano queste difficoltà: intervistata nel corso della trasmissione Piazzapulita, Sonia Zhou, titolare del ristorante Hang Zhou da Sonia a Roma, dichiara:

In dieci anni [il mio ristorante] è sempre stato pieno. [...] Improvvisamente questa settimana davvero sono molto preoccupata, non ci sono più clienti. Io ho centocinquanta posti, adesso me ne bastano cinquanta per lavorare.²⁴

²¹ Una foto del volantino può essere consultata all'articolo "Volantini contro i negozi cinesi, il blitz di estrema destra: 'Attenti al coronavirus'" all'indirizzo <https://www.bresciatoday.it/politica/forza-nuova-coronavirus.html>, ultimo accesso 20/07/2022.

²² La dichiarazione è riportata sul portale online di Confcommercio all'indirizzo <https://www.confcommercio.it/-/fipe-su-coronavirus?redirect=%2F-%2Fi-dati-isnart-unioncamere>, ultimo accesso 20/07/2022.

²³ Il dato è riportato dalla testata online *Today* al seguente indirizzo <https://www.today.it/attualita/coronavirus-ristoranti-cinesi.html>, ultimo accesso 20/07/2022.

²⁴ La dichiarazione integrale della ristoratrice può essere ascoltata sul sito di LA7 all'indirizzo <https://www.la7.it/piazzapulita/video/coronavirus-sonia-zhou-il-mio-ristorante-e-sempre-pieno-improvvisamente-non-ci-sono-piu-clienti-31-01-2020-305011>, ultimo accesso 20/07/2022.

3. Rappresentazione di cucina cinese e giapponese

L'obiettivo del seguente capitolo è esplorare i modi di rappresentazione della cucina cinese e giapponese in Italia. Due precisazioni preliminari risultano necessarie: innanzitutto è bene chiarire in cosa consiste il processo di rappresentazione; in seguito si cercherà di delineare quale significato viene attribuito alle categorie di “cucina cinese” e “cucina giapponese”.

Per rispondere alla prima domanda —che cosa si intende con rappresentazione?— risulta utile citare *The Work of Representation* (1997), in cui il sociologo Stuart Hall fornisce la seguente definizione: “Representation is the production of the meaning of the concepts in our minds through language” (Hall 1997, p. 17). Due elementi sono centrali: linguaggio e significato. Con linguaggio non intendiamo solamente la lingua scritta/parlata ma si va ad indicare qualsiasi insieme organizzato di segni, comprendendo quindi anche altre forme espressive come linguaggio musicale, linguaggio cinematografico, linguaggio gastronomico ecc. Per quanto riguarda il significato, nella teoria della rappresentazione gli approcci alla produzione del significato sono diversi; Hall individua tre correnti principali (1997) che possono essere riassunte come segue:

- 1) Approccio riflessivo: il significato viene considerato oggettivo e intrinseco al referente esterno, il linguaggio non fa altro che coglierlo come un semplice specchio.
- 2) Approccio intenzionale: il significato è considerato il risultato della volontà del soggetto che si sta esprimendo, ed è quindi espressione unicamente di ciò che il parlante intende comunicare.
- 3) Approccio costruttivista: nega l'esistenza di un significato oggettivo intrinseco ai referenti esterni e considera il significato come dipendente da un sistema di rappresentazioni, ovvero: “ways of organizing, clustering, arranging and classifying concepts, and of establishing complex relationships between them” (*Ibidem*, p. 17).

L'importanza di quest'ultimo approccio alla rappresentazione risiede nell'assunto che il linguaggio —uno dei possibili sistemi di rappresentazione— non possa essere un'azione puramente individuale come sostenuto dall'approccio intenzionale. Una prima affermazione

della natura collettiva e sociale della lingua viene esposta da Ferdinand de Saussure nel suo *Cours de linguistique générale* (1916), introducendo la distinzione tra *langue* e *parole*:

[La lingua] è l'insieme delle abitudini linguistiche che permettono a un soggetto di comprendere e di farsi comprendere. [...] [O]ccorre una *massa parlante* perché vi sia una lingua. Contrariamente all'apparenza in nessun momento la lingua esiste fuori del fatto sociale, perché essa è un fenomeno semiologico. La sua natura sociale è uno dei suoi caratteri interni. (Saussure 2005, p. 94)

In altre parole, sebbene il linguaggio consista di una pratica individuale concreta (*parole*), questa non potrà mai prescindere da una grammatica generale, una serie di regole e convenzioni condivise (*langue*) che ne regolano la concretizzazione e permettono l'intelligibilità della pratica linguistica.

Un ultimo fondamentale concetto afferente all'approccio costruttivista è quello di discorso, introdotto dal sociologo francese Michel Foucault. Utilizzando ancora una volta l'efficace sintesi fatta da Hall, con discorso si indica “a group of statements which provide a language for talking about —i.e. a way of representing— a particular kind of knowledge about a topic” (Hall 1992, p. 201). Ogni discorso non è mai singolo e isolato, ma interconnesso da una fitta rete di collegamenti a una rete di pratiche di rappresentazione. Il complesso di questa rete costituisce la “pratica discorsiva”, vale a dire:

Un insieme di regole anonime, storiche, sempre determinate nel tempo e nello spazio che hanno definito in una data epoca, e per una data area sociale, economica, geografica o linguistica, le condizioni di esercizio della funzione enunciativa”. (Foucault 2009, p. 108)

Si può affermare che il discorso costituisca l'orizzonte ultimo che definisce ciò che può essere pensato, enunciato, esperito in merito a un determinato concetto, definendo contemporaneamente oggetto e soggetto della conoscenza. La questione di fondo nell'analisi discorsiva non è quindi quella di determinare la veridicità o meno di una determinata costruzione; come afferma Foucault, infatti, ogni fatto o enunciato può essere costruito e

interpretato in maniera differente, sfuggendo a una netta divisione tra vero e falso (Hall 1992). L'obiettivo ultimo, di conseguenza, è quello di analizzare in che modo la conoscenza prodotta dal discorso agisca concretamente generando (e riflettendo) rapporti di potere e plasmando percezioni, valori e condotte.

L'analisi che segue muove da questi presupposti; riprendendo le linee guida dell'approccio costruttivista, non si vuole negare l'esistenza empirica di un referente esterno (delle abitudini culinarie ascrivibili a una zona geografica). Si cercherà piuttosto di evidenziare come i concetti di "cucina cinese" e "cucina giapponese", la percezione che abbiamo di questi e i valori che associamo loro, assumano senso solo all'interno dell'analisi del discorso che ha permesso la formazione di queste stesse categorie. Questa riflessione ci porta al secondo punto accennato all'inizio del capitolo: cosa si intende quando si parla di "cucina cinese" o "cucina giapponese"?

Come si tenterà di mostrare nelle pagine seguenti, queste categorie sono strettamente collegate ai rapporti di potere asimmetrici costituitisi con l'egemonia coloniale euro-americana e ai processi orientalisti conseguenti che verranno descritti in maniera più approfondita nel quarto capitolo. Allo stesso tempo, l'idea di una cucina cinese o di una cucina giapponese risulta inseparabile dal concetto moderno di Stato-nazione. Così come la parola Nazione (e l'idea di Cina, Giappone, Italia ecc.) trasmette l'idea di un qualcosa di immutabile e ancorato in una salda e precisa realtà geografica, allo stesso modo i concetti di cucina nazionale e patrimonio gastronomico (*food heritage*) vengono spesso considerati categorie immutabili dotate di un'oggettività indiscutibile, un insieme di tradizioni rigorosamente definite; in altre parole, un tassello di quel processo "che fa del cibo, e della sua cultura, un potente strumento per rappresentare il legame tra origine e territorio" (Fino e Cecconi 2021, p. 8).

Tuttavia, come sottolinea Porciani in *Food Heritage and Nationalism in Europe*, quando si tratta di patrimonio (e nello specifico di *food heritage*) bisogna tenere a mente che si sta parlando di "pratiche di rappresentazione, discorsive e performative che implicano uno sforzo consapevole di valorizzazione simbolica di aspetti del passato nel presente"²⁵ (Porciani

²⁵ Traduzione dall'inglese all'italiano dell'autore. Originale inglese: "a representational, discursive and performative practice involving conscious attempts to symbolically valorize aspects of the past in the present".

2019, p. 6). Le cucine nazionali, lungi dall'essere concetti granitici e immutabili, devono essere analizzate in quanto costruzioni culturali mutevoli, che assumono significato solo in relazione alle specifiche pratiche discorsive del nazionalismo moderno; come afferma Cinotto:

Il paradosso [dell'idea di "cucina nazionale"] è comune al complesso delle culture nazionali: intrecci impuri, derivati da storie di dominazioni, colonialismo, migrazioni e scambi, cui i discorsi del nazionalismo moderno hanno saputo conferire un'apparente coerenza. (Cinotto 2006, p. 610)

La natura composita e storica di queste costruzioni discorsive rende impossibile tracciarne dei confini precisi o individuarne un'essenza ultima e immutabile. Riprendendo quanto afferma l'antropologo Sidney Mintz in *Tasting Food, Tasting Freedom. Excursion into Eating, Culture, and the Past*, sarebbe quindi forse meglio parlare di "cucina internazionale":

If there were a restaurant in Des Moines, Iowa, named "Gerbe de Blé" or "Les Gaulois", that vaunted a menu in both French and English, offered to prepare for its guests the drink called *kir*, used sauces such as *béarnaise* and *grenobloise*, served snails or some sort of *pâté* as a first course, and had a wine list with at least some wines from Bordeaux on it, we would know what kind of cuisine it has. French, of course what else? (Mintz 1996, p. 94)

Pratiche culinarie regionali diverse, senza particolare consistenza o soluzione di continuità, assumono caratteristiche sistemiche tra un nodo e l'altro della rete di scambi propria del mondo globalizzato. Dare una risposta a domande quali "cosa si intende con cucina cinese?" o "cosa caratterizza la cucina giapponese?" risulta quindi più complesso di quanto non possa sembrare: se si può affermare che "l'italianità della cucina italiana si cristallizza innanzitutto 'nella bocca di uno straniero in un paese straniero'" (Cinotto 2006, p.

610), lo stesso può essere detto infatti della “cinesità” o della “giapponesità” della cucina cinese e giapponese.

Come accennato sopra, è bene ricordare che un’analisi di questo tipo non vuole mettere in discussione l’esistenza di determinate tradizioni culinarie ma semplicemente inquadrarle sotto una nuova luce attraverso una specifica interpretazione del termine cucina:

What makes a cuisine is not a set of recipes aggregated in a book, or a series of particular foods associated with a particular setting, but something more. I think a cuisine requires a population that eats that cuisine with sufficient frequency to consider themselves experts on it. They all believe, and care that they believe, that they know what it consists of, how it is made, and how it should taste. In short, a genuine cuisine has common social roots; it is the food of a community albeit often a very large community. (Mintz 1996, p. 96)

Quello che si vuole evidenziare è quindi come la cucina consista in un set di pratiche, di tecniche e di ingredienti condivisi (non necessariamente codificati) a cui si affianca un interesse comune, un’opera di produzione di identità attraverso un discorso sul cibo che viene prodotto, scambiato e consumato. Questa realtà si manifesta all’interno di comunità che possono essere definite solo parzialmente da confini geografici, e che sono in realtà delimitate in gran parte da fattori sociali (*Ibidem*). Emerge in questo senso tutta la contraddittorietà del concetto di *cucina nazionale*, una costruzione ideologica che valica la caratteristica regionalità (nel senso di limitazione geografico-culturale) di quella che, secondo Mintz, può essere definita *vera* cucina. In altre parole, si può affermare che l’idea di una tradizione culinaria unica, come fattore che definisce e caratterizza uno Stato, è un’invenzione che nasce in concomitanza allo sviluppo delle moderne Nazioni “nella transizione da una società prevalentemente agraria ad una società di massa” (Cinotto 2006, p 611), con l’ausilio di più efficaci sistemi di trasporto e di comunicazione.

Per riassumere, un’analisi della rappresentazione di abitudini culinarie che appartengono all’Altro deve per forza essere contestuale e storica, allontanandosi dalla pretesa

di cercare una verità di fondo —un nucleo puro e immutabile di cucina cinese o giapponese che possa riflettere il carattere della Nazione di riferimento— da svelare e ripulire da stereotipi sbagliati. Un’analisi di questo tipo rischierebbe infatti di ignorare la natura discorsiva che si nasconde dietro l’apparente immutabilità della “cucina nazionale”, ricadendo così in un ulteriore processo di semplificazione, apparentemente innocuo, ma caratterizzato dalle stesse dinamiche essenzializzanti di fondo. A partire da questo presupposto, si intende perciò analizzare la rappresentazione stereotipata (sia in negativo che in positivo) della cucina cinese e giapponese in Italia in quanto sintomo e motore di pratiche razzializzanti stratificatesi negli anni in concomitanza con i fenomeni migratori descritti nel precedente capitolo e la diffusione della ristorazione etnica. Pratiche che, affondando le proprie radici nei processi di inferiorizzazione dell’orientalismo eurocentrico, diventano il rovescio della medaglia nel processo di costruzione dell’identità nazionale attraverso la celebrazione dell’autentica cucina italiana. Per riassumere prendendo in prestito le efficaci parole di Cinotto:

Le cucine nazionali sono formazioni recenti, tipicamente moderne, il cui contenuto è frutto di scambi e ibridazioni tra realtà sottostanti di ambito locale e regionale e realtà sovrastanti tendenzialmente universali, e la cui sistematizzazione avviene solitamente per pratiche discorsive [...] influenzate dai rapporti di classe, etnici e razziali che intercorrono all’interno di una società complessa, e interconnesse con il più ampio discorso intorno all’identità nazionale. (*Ibidem*, p. 615)

3.1 Contatti con Cina e Giappone nel XIX secolo

Per individuare i nodi commerciali e le relazioni di potere che costituiscono la cornice in cui si vengono a formare le prime (e spesso ancora oggi influenti) rappresentazioni della cucina asiatica, è bene tracciare brevemente la storia dei contatti tra Cina, Giappone e potenze euro-americane nel XIX secolo.

L’espansione coloniale più consistente dell’Impero britannico nel XIX secolo avviene in Africa: grazie all’operato di compagnie mercantili quali la Royal Niger Company e la Imperial British East Africa Company, l’Impero riesce ad ottenere il controllo dei territori “dal Capo al Cairo”, un lungo corridoio che, partendo dall’Egitto e passando attraverso il Kenya, si

allungava fino al Sud Africa (Encyclopedia Britannica 1998). La spartizione del continente africano non precluderà una parallela espansione a scapito dei paesi dell'Asia: in questa sede è bene ricordare in particolare i moti indiani del 1857 che porteranno all'abolizione della Compagnia delle Indie Orientali e all'implementazione di un controllo diretto sull'India, nuovo "gioiello della corona" dell'Impero e base per mantenere più saldi contatti commerciali con la Cina.

Fino a questo momento i rapporti con l'Impero cinese erano stati piuttosto limitati; una prima penetrazione commerciale era stata tentata, senza successo, nel 1637 a Canton dal capitano John Weddell (1583-1642) e lo scambio di merci era quasi esclusivamente limitato alla base di Macao, stabilita dalla Compagnia delle Indie Orientali nel 1664 e posta sotto lo stretto controllo del governo cinese. La vertiginosa crescita della domanda di tè in Gran Bretagna a partire dal 1830²⁶ porterà a una totale rottura di questo precario equilibrio. Per colmare l'enorme disavanzo commerciale derivante dall'importazione di tè, i commercianti britannici inizieranno a importare illegalmente dall'India verso la Cina grandi quantità di oppio, con disastrose conseguenze sociali ed economiche (Pletcher 1998). I tentativi del governo cinese di fermare questa piaga porteranno allo scoppio di un conflitto armato conosciuto come la prima guerra dell'oppio (1839-1842). La disfatta della Cina viene suggellata dal Trattato di Nanchino²⁷ (1842) che prevedeva: l'apertura di cinque porti commerciali, la cessione perpetua di Hong Kong, l'introduzione di tariffe commerciali "giuste ed adeguate"²⁸, il pagamento di pesanti indennizzi di guerra e —attraverso un supplemento dell'anno successivo— l'extraterritorialità per i cittadini britannici. Il trattato di Nanchino, attraverso evidenti limitazioni di sovranità (dall'impossibilità di perseguire penalmente i cittadini stranieri attraverso l'introduzione dell'extraterritorialità, all'impossibilità di attuare politiche protezioniste autonome regolando i dazi doganali) fungerà da modello per i

²⁶ Nell'articolo "Tea and Opium", Bard parla di un importo annuo di circa venti milioni di sterline per la sola importazione del tè, cfr. Solomon BARD, "Tea and Opium", *Journal of the Hong Kong Branch of the Royal Asiatic Society*, 40, 2000, pp. 1-19.

²⁷ Il testo del trattato è consultabile all'indirizzo https://en.wikisource.org/wiki/Treaty_of_Nanking, ultimo accesso 29/07/2022.

²⁸ L'articolo X recita: "His Majesty the Emperor of China agrees to establish at all the Ports which are, by the 2nd Article of this Treaty [Canton, Amoy, Foochowfoo, Ningpo, Shanghai], to be thrown open for the resort of British Merchants, a fair and regular Tariff of Export and Import Customs and other Dues".

successivi cosiddetti “trattati diseguali” imposti dalle principali potenze coloniali ai paesi dell’Asia negli anni successivi (Revelant 2018).

Il primo trattato diseguale che interessa il Giappone è il Trattato di Kanagawa (1854)²⁹ stipulato con gli Stati Uniti d’America. Fino a questo momento il Giappone era rimasto isolato per oltre due secoli dai contatti con le potenze europee, mantenendo rapporti commerciali —strettamente regolamentati dal *bakufu*— solamente con gli Olandesi, relegati nell’isola di Dejima a Nagasaki.³⁰ I tentativi di forzare la chiusura del Giappone iniziarono ad aumentare dalla fine del XVIII secolo con missioni diplomatiche e spedizioni da parte dell’Impero zarista, dell’Impero britannico e dei Paesi Bassi. Decisivo per l’apertura del paese tuttavia sarà l’intervento degli Stati Uniti: nel 1853 il Commodoro Perry (1794-1858), in virtù della superiorità militare statunitense dimostrata attraverso le “navi nere” —una flotta di quattro navi da guerra due delle quali a vapore—, riuscirà a forzare la resistenza del *bakufu* imponendo l’umiliazione di un trattato di pace e amicizia modellato sul Trattato di Nanchino (*Ibidem*).

Con la caduta dello shogunato Tokugawa e l’inizio dell’Epoca Meiji (1868-1912), uno degli imperativi per il nuovo governo divenne proprio la revisione di questo genere di trattati. Per agevolare i negoziati “la diplomazia nipponica lanciò una campagna che avrebbe dovuto dimostrare agli stranieri quanto civilizzato —vale a dire occidentalizzato— fosse ormai il Giappone” (*Ibidem*, p. 122). In questo contesto si inseriscono anche le bizzarre proposte di riforme estetiche di Taguchi Ukichi (1855-1905) che, come riporta Miyake in *Il Giappone made in Italy*, propone “maggiore toelettatura, abiti moderni, ed esercizio fisico per apparire più giovani e belli” (Miyake 2018, p. 617) in modo da far risaltare la bianchezza dei giapponesi.

Non a caso da ormai un secolo il discorso razzista sviluppatosi nel contesto euro-americano aveva ormai dato come assunta e dotata di consistenza ontologica l’esistenza di razze umane disposte in una piramide valoriale che vedeva al proprio vertice la razza bianca. Per ripercorrere la nascita di questo discorso risulta estremamente utile il saggio *Come i cinesi*

²⁹ Il testo del trattato è consultabile all’indirizzo https://avalon.law.yale.edu/19th_century/japan002.asp, ultimo accesso 29/07/2022.

³⁰ Per un approfondimento sulla politica di isolamento del *bakufu* Tokugawa si rimanda ai capitoli “Le relazioni con gli Europei” e “Le quattro porte sul mondo” in Andrea REVELANT, *Il Giappone moderno dall’Ottocento al 1945*, Torino, Einaudi, 2018.

divennero gialli (1997) di Walter Demel. Ripercorrendo alcuni dei punti più significativi delineati dallo storico tedesco, si può partire citando Georges-Louis Leclerc de Buffon (1707-1788): il naturalista francese era convinto che le differenze tra le razze —e in particolare il colore della carnagione— fossero collegate a variazione del clima e corrispondessero a differenze di cultura (leggasi civilizzazione), in una scala che andava dal bianco, massimo livello di civilizzazione, fino al nero passando dal giallo (Demel 1997). La stessa idea che la razza gialla potesse essere considerata come una sorta di via di mezzo tra la perfezione fisica e morale della razza bianca e la depravazione della razza nera venne condivisa dal medico tedesco Johann Daniel Metzger (1739-1805).

Anche Immanuel Kant (1724-1804) si dedica alla questione della razza in *Delle diverse razze umane* concludendo a proposito dei cinesi che questi non potevano essere classificati come bianchi trattandosi di una mescolanza di popolazioni indiane e di mongoli (Demel 1997). Johann Friedrich Blumenbach (1752-1840), unendo vari aspetti delle precedenti teorie, arriva a considerare la razza mongolica “una sorta di effetto degenerativo” (*Ibidem*, p. 41), in cui la carnagione gialla è presentata come effetto combinato di clima, sangue e azione anomala degli organi.

Al di là delle diverse e variegata ipotesi sull'origine delle razze, un tratto che accomuna i pensatori di questo periodo è la convinzione che a una differenziazione razziale ne corrisponda una morale; Kant, ad esempio, è convinto della superiorità della razza bianca in quanto unica in grado di sublimare il desiderio sessuale e considera al contempo gli “orientali” privi di alcuna concezione di bellezza morale (*Ibidem*). Ancora, per citare le parole di David Hume (1711-1776) riportate da Demel:

Sono incline a supporre che i negri, e in genere tutte le altre razze umane (ne esistono quattro o cinque diversi tipi), sono per natura inferiori ai bianchi. Non è mai esistita una nazione civilizzata che non avesse la carnagione bianca. (*Ibidem*, p. 43)

Per riassumere, la concezione della razza gialla che anima i rapporti con Cina e Giappone nel periodo di intensificazione degli scambi commerciali può essere riassunta in maniera estremamente efficace dalle parole di Arthur de Gobineau (1816-1882), considerato il padre del razzismo scientifico:

[Q]uesta razza è generalmente piccola... La struttura delle membra, la potenza dei muscoli sono ben lontane dall'eguagliare quello che si riscontra nei bianchi. Le forme del corpo sono tarchiate, tozze, senza bellezza né grazia, con qualcosa di grottesco e spesso di laido. Nella fisionomia, la natura ha economizzato il disegno e le linee. La sua liberalità si è limitata all'essenziale: un naso, una bocca, degli occhi piccoli sono buttati in facce larghe e piatte, e sembrano tracciati con una negligenza e con un disprezzo del tutto rudimentali. Evidentemente il Creatore ha voluto fare solo un abbozzo... Quanto alle qualità intellettuali, esse non sono meno speciali... Un'assoluta mancanza di immaginazione, molta tenacia e coerenza applicata a idee terra a terra o ridicole... poca o punta attività, nessuna curiosità di spirito. (*Ibidem*, pp. 71-72)

Alla luce di questo discorso, penetrato in Giappone a partire dall'Epoca Meiji, risultano forse meno stravaganti i tentativi di riforma di Taguchi Ukichi citati in precedenza. La parità razziale per i giapponesi, tuttavia, continuerà a essere negata a lungo nonostante l'ascesa del Giappone a potenza coloniale tra XVIII e XIX secolo.³¹ È significativo in questo senso il rifiuto della proposta di uguaglianza razziale presentata dal governo giapponese alla Conferenza di Parigi del 1919. Il rigetto della proposta si inserisce nel più ampio quadro delle tensioni che coinvolgevano le comunità giapponesi e cinesi all'estero. Negli Stati Uniti e nell'Australia dell'Impero britannico gli immigrati asiatici erano visti come una forte minaccia, un “pericolo giallo” per gli onesti lavoratori bianchi (*Ibidem*). Le tensioni si erano concretizzate in cruenti episodi di violenza mirati all'eliminazione delle comunità di migranti —si pensi al Massacro di Rock Spring (1885) in cui un gruppo di minatori aprì il fuoco contro la comunità di minatori cinesi portando a 28 morti e 15 feriti (Coe 2009)— e in episodi di razzismo istituzionalizzato: dall'Alien Land Law del 1913, che impediva di fatto a tutti i cittadini asiatici di possedere terre in California, all'Immigration Act del 1924 che imponeva forti limitazioni a tutte le forme di immigrazione da paesi non europei (Ngai 1999).

³¹ Alcune delle tappe più importanti da ricordare sono l'imposizione del Trattato di Ganghwa (1876) alla Corea, la vittoria nella prima guerra sino-giapponese (1894-1895) e la vittoria nella guerra russo-giapponese (1904-1905).

È in questo contesto di tensioni commerciali, razziali e diplomatiche che si inserisce un grande numero delle rappresentazioni che verranno descritte nella sezione successiva.

3.2 Le prime rappresentazioni della cucina cinese e giapponese

La conoscenza della cucina cinese in Europa fino al XIX secolo è stata frequentemente veicolata da resoconti di viaggio —più o meno fantasiosi— e dagli scritti di missionari cattolici che operavano in Cina. Una delle prime testimonianze è quella che Marco Polo (1254-1324) dà ne *Il Milione*. Nelle pagine del suo viaggio verso il regno del “Grande Kane” il mercante Veneziano fornisce qualche breve descrizione delle abitudini alimentari dei luoghi visitati rimarcando la diffusione di riso e miglio e in generale evidenziando l’abbondanza di pesce, frutta e carne (Roberts 2002). Non manca però anche l’enfasi su elementi bizzarri ed esotici; descrivendo la città di Quinsai (la moderna Hangzhou) il viaggiatore afferma:

[M]anucano tutte carne, così di cane e d’altre brutte bestie come di buon[e], che per cosa del mondo niun cristiano manirebbe di quelle bestie ch’elli mangiano. (Polo 1975, p. 124)

Un’altra importante porta verso la Cina sono i resoconti dei preti gesuiti che si stabiliscono nell’Impero a partire dalla fine del XVI secolo. Molte delle esperienze di questi missionari vennero raccolte e pubblicate tra il 1702 e il 1733 nelle *Lettres édifiantes et curieuses*. In questi testi la Cina e le usanze cinesi sono generalmente ritratte sotto una luce positiva, probabilmente come meccanismo dei missionari gesuiti per evitare critiche alla strategia di conversione che permetteva il mantenimento dei riti confuciani insieme alle cerimonie cristiane (Roberts 2002). Un esempio del tono tenuto dai missionari è dato dal racconto del padre domenicano Domingo Fernández Navarrete (c. 1610-1689), che traccia la descrizione di un paese florido e ricchissimo di ogni bene. È interessante notare come anche in questo caso viene posta attenzione sul consumo di carne di cane:

There is great abundance of Beef, Pork, all the Year about, Mutton, Goats-Flesh, Hens, Capons, Geese, Pheasants, tame and wild Ducks, Pigeons, Turtle-Doves, small Birds,

and all very good; there is no want of Horse-flesh: Dogs-flesh is looked upon as a dainty. (*Ibidem*, p. 33)

Diverso è il tono di opere successive, in particolare dei resoconti di mercanti e esploratori europei, in cui si tende ad evidenziare —con una retorica xenofoba più o meno velata— le stravaganti abitudini alimentari cinesi. Opere quali *The Chinese Traveller* (1772) in particolare testimoniano come alla fine del XVIII secolo la conoscenza delle usanze alimentari cinesi in Europa fosse parziale e spesso veicolata attraverso resoconti poco affidabili. Una delle caratteristiche che viene evidenziata con maggiore frequenza all'interno di questi testi è il vorace appetito dei cinesi, i quali banchetterebbero con la carne di qualsiasi animale: cani, gatti e topi in particolare (Coe 2009).

Annotazioni simili possono essere rintracciate anche nell'edizione inglese delle *Lettres édiefiantes*, edite da John Lockman e pubblicate tra 1743 e 1762. Lockman scrive:

The Chinese eat any kind of Meat; Beasts that die in Ditches, as willingly as those which died by the Butcher's Hand. They eat frogs, which appear loathsome to an European Eye, but are well-tasted. 'Tis said their Rats don't eat amiss; and that Snake-Broth is in Reputation there. (Roberts 2002, p. 42)

Anche con l'intensificarsi dei rapporti con la Cina tra XVIII e XIX secolo, questo genere di rappresentazioni continuerà a segnare profondamente la percezione di mercanti, diplomatici e esploratori europei e statunitensi sull'appetito cinese; in particolare, gli elementi che più frequentemente appaiono nelle pagine dei resoconti europei sono: sporcizia e scarsa qualità della cucina, appetito vorace e consumo di carne di qualsiasi animale. Nel suo resoconto della missione Macartney—una missione diplomatica britannica svoltasi nel 1793 con l'obiettivo di garantire l'apertura di nuovi porti commerciali in Cina per le navi britanniche—Aeneas Anderson annota:

[T]he Chinese are so very dirty in their mode of cookery, that it was impossible for the inhabitants of a country where cleanliness is so prevailing a circumstance of the kitchen, unless compelled by severe hunger, to submit to it. (*Ibidem*, p. 46)

Annotazioni similmente intrise di un sentimento xenofobo si ritrovano anche in resoconti successivi alle guerre dell'oppio e al Trattato di Nanchino; un esempio è la testimonianza del diplomatico statunitense Edmund Roberts (1784-1836):

They [the Chinese] are also gross gluttons; every thing that runs, walks, creeps, flies, or swims, in fact, every thing that will supply the place of food [...] and articles most disgusting to other people, are by them greatly devoured. (Coe 2009, p. 27)

Anche testimonianze maggiormente informate mostrano tendenze denigratorie nei confronti delle abitudini alimentari cinesi; Samuel Well Williams (1812-1884), missionario in Cina dal 1833 e primo professore universitario di lingua cinese negli Stati Uniti, annota quanto segue nel saggio *Diet of the Chinese* pubblicato sulla rivista *The Chinese Repository* nel 1835:

The cooking and mode of eating among the Chinese are peculiar... The universal use of oil, not always of the sweetest or purest, and of onions, in their dishes, together with the habitual neglect of their persons, causes an odor, almost insufferable to a European [...]. All [the dishes] are alike and greasy to the palate of the foreigner. (*Ibidem*, p.29)

Come si può intuire da queste righe, la repulsione verso la cucina cinese era spesso parte di un più ampio processo di disumanizzazione dell'Altro cinese: numerosi scritti di missionari protestanti —pervasi dalla visione millenaristica del secondo grande risveglio e dotati di una spiccata vocazione evangelica³²— si soffermano sugli orrori e la depravazione

³² Per un approfondimento sui primi missionari protestanti statunitensi in Cina si rimanda a Michael C. LAZICH, "American Missionaries and the Opium Trade in Nineteenth-Century China", *Journal of World History*, 17, 2, 2006, pp. 197-223.

della dieta di questo popolo in quanto specchio di un degrado morale che la civiltà “occidentale” avrebbe presto spazzato via (*Ibidem*). Tra XIX e XX secolo, molti di questi luoghi comuni — dalla tradizione di mangiare cani e gatti alla presunta insalubrità delle preparazioni e degli stessi ingredienti — si cristallizzeranno come verità in Europa e negli Stati Uniti nella rappresentazione della cucina cinese, riassumibile come un insieme di “dreadful dainties, kitten cutlets, puppy pies” (Haddad 2008).

L’iniziale traiettoria delle rappresentazioni del cibo giapponese segue una direzione molto simile a quella appena descritta. Ne *Il Milione* troviamo un primo brevissimo accenno all’appetito degli abitanti dell’isola che Marco Polo chiama Zipangu; nella descrizione dell’arcipelago giapponese, che il viaggiatore veneziano non doveva aver visitato di persona, l’autore si sofferma sui particolari più mirabolanti, dipingendo l’immagine di una terra dall’infinita ricchezza. L’unico accenno alle usanze alimentari di questo paese “coperto d’oro”³³ mantiene il sapore sensazionalistico di tutto il brano introducendo il tema del cannibalismo:

Or vi dirò d’una usanza ch’è in questa isola. Quando alcun di quest’isola prende alcuno uomo che non si possa ricomperare, convita suoi parenti e compagni, e fanno ‘l cuocere e d’allo a mangiare a costoro; e dicono ch’è la miglior carne che si mangi. (Polo 1975, p. 135)

Resoconti più dettagliati vengono forniti ancora una volta dai missionari cristiani. Alcune indicazioni provengono dal *Advertimentos e avisos acerca dos costumbres e catangues de Jappão* (1581), del padre gesuita Francesco Valignano (1539-1606), in Giappone a partire dal 1579. Valignano era convinto che il più efficace metodo per affrontare il processo di conversione fosse quello dell’*accomadatio*: l’adattamento dei missionari alle usanze e ai costumi locali (Pizzorusso 2020). Gli *Advertimentos* presentano quindi dettagliate

³³ Scrive Marco Polo: “Qui [in Zipangu] si truova l’oro, però n’anno assai [...]. Lo palagio del signore de l’isola è molto grande, ed è coperto d’oro come si cuoprono di quae di piombo le chiese. E tutto lo spazzo de le camere è coperto d’oro grosso ben due dita, e tutte le mura e ogni cosa e anche le sale: no si potrebbe dire la sua valuta. [...] Ancora v’è molte pietre preziose; no si potrebbe contare la ricchezza di questa isola.” (Polo 1975, pp. 132-133)

istruzioni su una miriade di aspetti della vita sociale dei giapponesi. L'immagine che emerge tuttavia è essenzialmente quella della classe aristocratica e samuraica, essendo il cerimoniale indirizzato a missionari che avrebbero avuto a che fare con *daimyō*, monaci “o altre persone di rispetto” (Valignano 1946, p. 251). Dalle pagine del padre gesuita emerge l'importante ruolo ricoperto dal cibo nella pratica dell'ospitalità: *manjū*, *mochi*, *suimono*, *tsukemono* e *yuzuke* vengono citati come doni ideali per degli ospiti importanti e, nell'allestimento del banchetto, viene raccomandata sopra ogni cosa la cura per la pulizia (*Ibidem*). Grande importanza è data anche alla cerimonia del tè, a cui il missionario si riferisce con il termine giapponese *chanoyu*:

[U]no dei principali ricevimenti che si fa, è il *cha*, che si dà da bere ai Giapponesi, ed essi si distinguono molto nella nettezza del *chanoyu* e degli *zashiki* nei quali ricevono i forestieri. (*Ibidem*, p. 295)

Un'altra testimonianza fondamentale è quella di Luís Frois (1532-1597) il quale ha lasciato oltre 600 distici incentrati sulle usanze giapponesi raccolti nel cosiddetto *Trattato sulle differenze nei costumi di europei e giapponesi*.³⁴ Il *Tratado* è composto da una miriade di brevi annotazioni sempre strutturate come un'opposizione tra usanze giapponesi ed europee. Il tema dell'alimentazione viene trattato in 60 note che coprono con attenzione diversi aspetti delle abitudini a tavola dei giapponesi: dall'utilizzo delle bacchette e degli utensili con cui sono consumati i pasti alle pietanze più apprezzate (Danford, Gill, Reff 2014). Nonostante molti distici si limitino a registrare in maniera piuttosto neutra quanto osservato da Frois, la continua opposizione tra “noi” e “i giapponesi” sfocia di frequente in constatazioni piuttosto stupite di abitudini “disgustose”, “abominevoli” o “rozze”; per fare alcuni esempi:

³⁴ Come specificato da Daniel Reff nell'introduzione alla traduzione del testo di Frois, l'opera — probabilmente non pensata per la pubblicazione — non ha un vero e proprio titolo. La prima pagina dei fogli manoscritti presenta la dicitura “tratado em que se contem muito susinta e abreviadamente algumas contradisões e diferenças de costumes antre a gente de Europa e esta provincia de Japão” e la traduzione inglese viene quindi intitolata *Striking Contrasts in the Customs of Europe and Japan*. Riprendendo la dicitura portoghese, all'interno del presente elaborato si farà riferimento al testo come *Tratado*. Cfr. Richard DANFORD, Robin GILL e Daniel REFF, *The First European Description of Japan, 1585. A critical English-language edition of Striking Contrasts in the Customs of Europe and Japan by Luis Frois, S.J.*, Londra/New York, Routledge, 2014.

Among us, it is considered disgusting to drink from a soup, meat, or fish bowl; in Japan it is very common to empty one's soup bowl and drink from it.

Europeans enjoy chicken, partridge, pastries and *blancmange*; the Japanese enjoy feral dog, crane, monkey, cat, and raw seaweed.

Among us, rotten fish tripe is considered an abomination; the Japanese like it a great deal and have it as an appetizer.

Among us, making loud noises while eating and completely draining a cup of wine are considered slovenly; the Japanese consider both of these things to be refined manners. (*Ibidem*, pp. 135-148)

In seguito all'apertura del Paese successiva al Trattato di Kanagawa, la crescente comunità "occidentale" nell'arcipelago manterrà una sensibilità verso le usanze alimentari giapponesi molto simile a quella delle proprie controparti in Cina. Le testimonianze di questo periodo evidenziano una forte chiusura verso il cibo giapponese, frequentemente dipinto come monotono (e spesso riassunto in una lista composta da riso, pesce, verdura e uova), poco saporito e indigesto a uno stomaco "occidentale" (Cwiertka 2006). Diversi racconti si concentrano quindi sulla mancanza delle pietanze tipicamente predilette in Europa e negli Stati Uniti. Basil Hall Chamberlain (1850-1935), yamatologo britannico in Giappone a partire dal 1873, nel suo *Handbook for Travelers in Japan* (1891) scrive:

Except at some of the larger towns and favorite hill resorts, meats bread, and other forms of European food are unknown. [...] Those, therefore, who cannot subsist on the native fare of rice, eggs, and fish [...] should carry their own supplies with them. [...] Many who view Japanese food hopefully from a distance, have found their spirit

sink and their tempers embittered when brought face to face with its unsatisfying actuality. (Chamberlain 1901, p.9)

Altre testimonianze dai toni accesi vengono riportate da Cwiertka nel saggio *Modern Japanese Cuisine. Food, Power and National Identity*. Un esempio significativo della sorpresa di fronte alla mancanza dei più comuni ingredienti europei è dato dall'ufficiale di marina Henry Knollys, in visita in Giappone a partire nella seconda metà degli anni Ottanta dell'Ottocento:

Nothing short of actual starvation would induce a European to face the forbidding native food. The country is absolutely without any supplies of meat, bread, milk, or coffee, and Japanese tea is exceedingly insipid, and even distasteful to English people". (Cwiertka 2006, pp. 36-37)

Una considerazione altrettanto intransigente sull'aspetto "abominevole" della cucina giapponese viene anche dalle pagine di *Unbeaten Tracks in Japan* (1880) della scrittrice Isabella Bird:

[B]read, butter, milk, poultry, coffee, wine, and beer, are unattainable, that fresh fish is rare, and that unless one can live on rice, tea, and eggs, with the addition now and then of some tasteless fresh vegetables, food must be taken, as the fishy and vegetable abominations known as 'Japanese food' can only be swallowed and digested by a few, and that after a long practice. (*Ibidem*, p. 37)

Anche un entusiasta estimatore delle usanze giapponesi come Lafcadio Hearn (1850-1904) nella propria corrispondenza con Basil Hall Chamberlain ammetterà —non senza un certo disappunto— di non essere riuscito a mantenere una dieta interamente giapponese a

lungo tempo.³⁵ La motivazione che viene data da Hearn riprende le diffuse teorie biologico-razziali del periodo:

[N]o race in the West could live at all under the conditions according to which the millions of the Far East live. They would starve to death. Their necessities are not merely the result of modern habit. They are necessities of the race. Just as you cannot feed a hawk on rice or a wolf on straw, you can not keep Western men alive upon Oriental food.³⁶

Come si può iniziare a intuire con le testimonianze riportate in queste pagine, la rappresentazione delle abitudini alimentari cinesi e giapponesi in questo periodo risente fortemente del pensiero razzista-eurocentrico che si è cercato di delineare brevemente nella precedente sezione. Nonostante un iniziale tentativo di neutralità che può trasparire dalla voce dei missionari, a partire dal XIX secolo le rappresentazioni si concentrano sempre su un certo gusto per la presentazione di un qualcosa di esotico, di completamente alieno rispetto alla dieta “occidentale” e che riflette l’esistenza di una razza separata, la “razza gialla”, caratterizzata biologicamente da necessità differenti.

3.3 Presentare l’Altro attraverso il cibo

Prima di passare al tema della rappresentazione in Italia delle cucine prese in esame, si ritiene opportuno presentare una breve digressione su come l’Altro “orientale” viene rappresentato attraverso il cibo in Italia. La rappresentazione attraverso l’alimentazione ha infatti una lunga tradizione che, affondando le proprie radici nelle costruzioni orientaliste di cui si è accennato in precedenza, affiora in letteratura, cinema e discorso scientifico. Il successo di un discorso di rappresentazione che sfrutta il potere simbolico del cibo è tanto più

³⁵ “I am horribly ashamed to confess my weakness; but the truth must be told! After having lived for ten months exclusively upon Japanese fare, I was obliged to return [...] to the flesh-pots of Egypt. Having become sick, I could not recuperate upon Japanese eating.” (Rosen 1998, p. 23)

³⁶ Estratto dal discorso *Future of the Far East* svolto nel 1894 durante presso la Kumamoto High School. Testo consultabile al link <https://oregondigital.org/sets/easia/oregondigital:df72d8728#page/5/mode/1up>, ultimo accesso 19/08/2022.

efficace in un Paese come il nostro in cui i concetti di alimentazione e identità sembrano essere legati in maniera indissolubile.³⁷

Ancora prima della nascita dei moderni Stati-nazione e della nazione italiana, definita in parte anche dalla propria cucina, la rappresentazione di un Altro esotico e misterioso attraverso il cibo continuava ad essere un tema popolare: un esempio su tutti è il sopracitato diario di viaggio di Marco Polo in cui a stravaganti descrizioni di terre lontane corrispondono altrettanto mirabolanti descrizioni di ricchezza sfrenata nell'alimentazione o di pratiche inimmaginabili come il cannibalismo (Polo 1975). Il successo di questo genere di rappresentazioni sta proprio nella capacità del cibo di diventare lo specchio delle caratteristiche essenziali dell'Altro. Come riporta Porciani citando le parole di Mintz “‘people who eat strikingly different foods or similar foods in different ways' might be thought to be ‘strikingly different, sometimes even less humans’” (Porciani 2018, p. 11).

La connessione tra “strikingly different foods” e un’alterità caratterizzata da un’umanità inferiore si fissa anche nella più ampia costruzione del razzismo scientifico che in Italia trova uno dei suoi massimi esponenti in Cesare Lombroso (1835-1909): nel testo *L'uomo bianco e l'uomo di colore. Letture su l'origine e la varietà delle razze umane* (1871) il criminologo si ripropone di dimostrare come con “pochi aridi fatti” (Lombroso 1892, p. 7) possa apparire evidente l’esistenza di razze umane, giungendo alla conclusione che se “vogliamo proprio attenerci solo alle grandi differenze anatomiche, dobbiamo almeno distinguere tre grandi gruppi nelle razze umane: il Bianco, il Nero, il Boschimano” (*Ibidem*, p. 13). Le differenze anatomiche a cui Lombroso fa riferimento sono varie e vanno dalla forma della sezione dei capelli, al colore della pelle fino alla forma del cranio. Ad esempio, riguardo a “cranio dell’Europeo” Lombroso afferma:

Il cranio dell'Europeo si distingue per una stupenda armonia delle forme: esso non è troppo lungo, nè troppo rotondo, nè troppo appuntato o piramidale. Nella sua fronte,

³⁷ Il tema dell’identità tra identità nazionale e cibo in Italia verrà affrontato in maniera più approfondita all’interno del capitolo 4.2 del seguente elaborato. Per una trattazione più estesa si rimanda a Michele Antonio FINO e Anna Claudia CECCONI, *Gastronazionalismo*, Busto Arsizio, People, 2021.

piana, vasta, eretta su'l viso, si legge a chiare note la forza e il predominio del pensiero. (*Ibidem*, p. 9)

Come si può intuire dal passaggio citato, l'antropologo —mantenendosi nella tradizione di studi citati nella precedente sezione e seguendo un rigido determinismo biologico— traccia uno stretto collegamento tra una determinata caratterizzazione morale-intellettuale e le differenze anatomiche, posizionando la razza bianca in cima al vertice di una piramide valoriale; questo concetto viene introdotto fin dalle prime pagine dell'opera in cui Lombroso pone retoricamente la seguente domanda:

Si tratta di sapere se noi bianchi, che torreggiamo orgogliosi sulla vetta della civiltà, dovremo un giorno chinare la fronte innanzi al muso prognato del negro ed alla gialla e terrea faccia del mongòlo. (*Ibidem*, p. 7)

La presunta inferiorità morale e intellettuale delle razze colorate si manifesta nelle pagine di Lombroso anche attraverso la descrizione di pratiche alimentari scioccanti, prova e manifestazione di un'umanità inferiore e degradata; le annotazioni sono diverse e si soffermano spesso sul tema del cannibalismo, per citare alcuni esempi:

Il N. Zelandese ha nel suo vocabolario una parola, una orribile parola, che vuol dire tradotta *Uccidere un bimbo nelle viscere della madre, e poi mangiarlo*. Mangiar l'occhio e il cervello del nemico è rito religioso in Oceania.

Nella lingua dei Peruviani v'è una parola - *mirca* - che significa *mangiar il proprio padre o la propria madre*; nella loro mitologia v'era un Dio od una stella pei parricidi antropofaghi, *mircuik-coyllan*. (*Ibidem*, p. 28)

Un altro esempio estremamente interessante è il *topos* che vede le razze inferiori come caratterizzate da un appetito smodato, che non si contiene —e che anzi viene accresciuto—

davanti a una tragedia. È così che il patricidio dei “vecchi genitori” si affianca in uno stridente contrasto a una “lauta mensa”:

Nelle isole Feegee i vecchi genitori sono uccisi dai figli, i quali, quando ne credono giunto il tempo, ne danno loro l'annuncio; e dopo che in compagnia dei parenti li han trucidati, imbandiscono una lauta mensa. (*Ibidem*, p. 28)

Curiosamente (o forse no), una scena simile viene ritrovata nel film-documentario *Mondo Cane* (1962) diretto da Gualtiero Jacopetti, Paolo Cavara e Franco Prosperi. Ancora una volta il tema dello smodato appetito è legato saldamente a quelli di crudeltà e depravazione; mentre sullo schermo si alternano piatti colmi e tavole imbandite la voce narrante recita:

Addirittura instancabili nello studio di mille espedienti per arraffar quattrini, i cinesi sono invece famosi per la loro pigrizia fisica. [...] Tra uno spuntino e l'altro il cinese trova il tempo di riempire la sua casa di dozzine di figli illegittimi e bastardi assicurandosi così un bel numero di onomastici e compleanni da festeggiare con solenni mangiate. Il cinese festeggia tutto a tavola: le feste religiose, quelle nazionali, i buoni affari, il fallimento di un concorrente in commercio, uno scampato pericolo, i matrimoni, le nascite e perfino la morte. (Jacopetti, Cavara, Prosperi 1962)

Inizia così un continuo alternarsi tra scene incentrate su lautissimi banchetti imbanditi dai cinesi e quella che viene definita la “casa della morte di Singapore”, una sorta di pensione per anziani in cui abbandonare i propri cari in attesa della morte. La crudeltà dei cinesi viene enfatizzata dall'opposizione tra la musica drammatica che accompagna i primi piani dei volti emaciati degli anziani abbandonati e l'allegro motivo che fa da cornice ai parenti che — spassandosi davanti a una tavola imbandita — “attendono con serena certezza il momento del funerale”. A conclusione del passaggio la voce narrante sentenzia “Se non muori presto” pregano i cinesi ‘la tua buona cena diventa fredda’” (*Ibidem*) (fig. 7).



Fig. 7 Due *frame* dalla sequenza della “casa della morte di Singapore”, da *Mondo Cane* (1962)

Il ruolo di film e documentari nell'alimentare un sostrato fertile che collega alimentazione ed etnicità non è indifferente. Uno degli esempi più estremi è sicuramente quello dei *mondo movies*, che vede tra gli esempi più famosi proprio il sopracitato *Mondo cane*. Il genere *mondo* nasce in Italia a partire dalla fine degli anni Cinquanta, riscuotendo un enorme successo di pubblico e sperimentando “una serializzazione compulsiva” (Previtali 2018, p. 20). Le pellicole che appartengono a questo filone si caratterizzano per la trattazione di temi tabù (morte, malattia, violenza, sessualità) in modo sensazionalistico, collegandoli spesso con la rappresentazione di un'alterità esotica. Un ulteriore aspetto caratteristico del genere è quello di presentare le immagini girate come vere e neutre, una fedele testimonianza della realtà. Nella sequenza iniziale di *Mondo cane* ad esempio si legge:

Tutte le scene che vedete in questo film sono vere e sempre riprese dal vero. Se spesso saranno scene amare è perché molte cose sono amare su questa terra. D'altronde il dovere del cronista non è quello di addolcire la verità, ma di riferirla obbiettivamente. (Jacopetti, Cavara, Prospero 1962)

Senza considerare che diversi studi metteranno in luce come molte scene dei film mondo fossero in realtà riprodotte e create ad hoc dai registi (Previtali 2018), lo stesso mezzo del documentario presenta evidenti distorsioni del reale: soggettività e bias personali del regista irrompono nella presunta neutralità del genere fin dal momento della decisione del

tema, del montaggio del girato e della scelta delle inquadrature (Arneson 2012). Questo risulta ancora più vero nel momento in cui si parla di *Mondo cane*, in cui evidenti bias di carattere razziale e sessuale caratterizzano tutta la pellicola. Ciononostante, è proprio la pretesa di neutralità, di presentare immagini crude, ma riprese così come se fossero viste da una qualsiasi persona presente sul luogo, che costituirà uno degli elementi per la base del successo di questo filone (Previtali 2018). Usando la terminologia di Jean Baudrillard ripresa da Arneson in *Representation through Documentary: A Post- Modern Assessment*, *Mondo cane* potrebbe essere definito come un simulacro, una rappresentazione iper-reale in cui il confine tra oggettività e fiction diventa indistinguibile e attraverso il quale gli spettatori fissano una realtà determinata dalle immagini che scorrono sullo schermo (Arneson 2012).

Mondo cane rafforza così lo stretto collegamento tra alterità culinaria, culturale e razziale, presentando ben cinque sequenze in cui l'Altro asiatico viene descritto in relazione alle sue abitudini alimentari. In ordine di apparizione abbiamo:

- 1) un ristorante di Taipei in cui sono uccisi e cucinati “graziosissimi cani che altrove sono apprezzati per la loro intelligenza e per la loro fedeltà” (Jacopetti, Cavara, Prospero 1962) (fig.8).
- 2) Instancabili lavoratori giapponesi che per otto ore al giorno massaggiano i propri vitelli così da renderne più tenere le carni (fig. 9).
- 3) Un mercatino rionale di Hong Kong in cui “oltre due milioni di cinesi affamati” possono trovare leccornie come “coccodrillo, rospo, serpente, tartaruga, ramarro eccetera eccetera” (*Ibidem*) (fig. 10).
- 4) Un negozio di serpenti a Singapore dove “il difficile cliente malese” procede alla scelta dell'animale che verrà ucciso e scuoiato davanti alla telecamera (fig. 11).
- 5) I lussuosi banchetti imbanditi attendendo la morte dei propri cari descritti sopra (fig. 7).

Tutte le scene sono commentate da un *voice over* che analizza in maniera asciutta e caustica i comportamenti che scorrono nelle immagini, presentandoli come verità oggettive. Per usare le parole di Mary Ann Doane citate da Marco Dalla Gassa in *Orient (to) Express*:



Fig. 8 Immagini di un ristorante di Taipei che serve carne di cane, da *Mondo Cane* (1962)



Fig. 9 Allevamento di vitelli in Giappone, da *Mondo Cane* (1962)



Fig. 10 Mercato rionale di Hong Kong, da *Mondo Cane* (1962)



Fig. 11 Vendita di serpenti in Malesia, da *Mondo Cane* (1962)

Parla senza alcuna mediazione con il pubblico, oltrepassando i ‘personaggi’ e stabilendo una complicità tra sé e lo spettatore, il quale, grazie a essa, capisce e posiziona l’immagine. (Dalla Gassa 2016, p. 159)

Il collegamento che Dalla Gassa individua tra *voice over* e orientalismo è particolarmente evidente in *Mondo cane*: la voce narrante diventa “depositaria di un potere assoluto (e spesso maschile) simile al potere/sapere di stampo colonialista che il secondo [l’orientalismo] esprime” (*Ibidem*). L’unione di immagine, musica e commento non fa quindi che rafforzare nell’immaginario dello spettatore una serie di rappresentazioni problematiche che rientrano nell’universo orientalista di cui si discuterà in maniera più approfondita in seguito.

Le considerazioni appena fatte non possono essere certo limitate ai soli film *mondo*: come evidenzia Previtali, il genere non è infatti il semplice risultato delle “sregolatezze etiche ed estetiche di un gruppo di registi degeneri” (Previtali 2018, p.18), ma deve essere analizzato come uno dei risultati e uno dei motori della rappresentazione orientalista dell’Altro asiatico nel nostro Paese. Per avere altri esempi significativi si può pensare, ad esempio, alla produzione documentaristica prodotta dall’Istituto Luce (in attività dal 1924) in cui, con una sorta di *exhibitionary complex*,³⁸ l’“orientale” e le sue abitudini vengono presentate in maniera aneddotica per incuriosire lo spettatore, evidenziando in maniera più o meno implicita la grande differenza con italiani/“occidentali”. Anche in questo caso l’attenzione alle abitudini alimentari non manca: ecco così che si possono trovare girati delle “usanze millenarie nell’immensa Cina” in cui vengono mostrati arretrati metodi di pesca dei

³⁸ Il termine viene ripreso da Lyne nell’analisi sulla rappresentazione del corpo asiatico nel mondo dell’editoria (crf. LYNE, Sandra, “Consuming Madame Chrysanthème: Loti’s ‘dolls’ to *Shanghai Baby*”, *Intersections: Gender, History and Culture in the Asian Context*, 8, 2002) e indica una forma di *ethnic display* in cui il corpo asiatico diventa un tipo, una categoria per descrivere il prototipo di asiatico nelle sue caratteristiche essenziali.



Fig. 12 Due donne giapponesi riprese mentre mangiano in un servizio dell'Istituto Luce del 1934

“bamboccioni cinesi con la trecciolina”³⁹ o brevi spiegazioni sui nidi di rondine: “una vera ghiottoneria, anche se noi preferiamo una bella bistecca alla fiorentina”.⁴⁰

Anche il Giappone e le sue usanze alimentari diventano spesso oggetto dello sguardo “occidentale” in questa serie di riprese. Nel breve “Curiosità pittoresche. Usi e costumi giapponesi”,⁴¹ quelle che sembrano essere due *geisha* sono riprese mentre mangiano da una piccola tavola imbandita (fig. 12). Non mancano poi servizi su usanze “tradizionalmente” giapponesi come: la coltivazione del tè alle pendici del Monte Fuji,⁴² la meticolosa raccolta e mondatura dei kaki,⁴³ o ancora la preparazione del *sake*, “tipica bevanda fermentata” prodotta dal riso “che in estremo oriente [...] è l'alimento quasi esclusivo del popolo”.⁴⁴ Anche in

³⁹ Archivio Luce, “La pesca”, <https://patrimonio.archivioluce.com/luce-web/detail/IL5000018139/2/la-pesca-1.html?startPage=90>, ultimo accesso 08/08/2022.

⁴⁰ Archivio Luce, “Cina Nidi di rondini marine”, <https://patrimonio.archivioluce.com/luce-web/detail/IL5000073868/2/cina-nidi-rondini-marine.html?startPage=90>, ultimo accesso 08/08/2022.

⁴¹ Archivio Luce, “Curiosità pittoresche Usi e costumi giapponesi”, <https://patrimonio.archivioluce.com/luce-web/detail/IL5000013050/2/curiosita-pittoresche-usi-e-costumi-giapponesi.html?startPage=0>, ultimo accesso 08/08/2022.

⁴² Archivio Luce, “Coltivazione del tè”, <https://patrimonio.archivioluce.com/luce-web/detail/IL5000021301/2/coltivazione-del-te.html?startPage=270>, ultimo accesso 08/08/2022.

⁴³ Archivio Luce, “Raccolta dei Kaki”, <https://patrimonio.archivioluce.com/luce-web/detail/IL5000024826/2/raccolta-kaki.html?startPage=270>, ultimo accesso 08/08/2022.

⁴⁴ Archivio Luce, “La produzione della tipica bevanda giapponese Sakè estratta dal riso”, <https://patrimonio.archivioluce.com/luce-web/detail/IL5000022370/2/la-produzione-della-tipica-bevanda-giapponese-sake-estratta-dal-riso.html?startPage=90>, ultimo accesso 08/08/2022.

questo caso il cibo diventa un modo efficace per rappresentare l'essenza di terre lontane, guardate ora con curiosità ora con sufficienza. Ancora una volta, l'effetto è quello di fissare il legame cultura-cibo, definendo un'alterità essenzializzata nella quale si ripropone una sorta di determinismo biologico-geografico che collega i concetti di nazione/territorio e di alimentazione.

La stessa sovrapposizione di geografia e alimentazione (vale a dire di nazione e cultura) si trova cristallizzata anche nei programmi didattici per la scuola elementare introdotti con il Decreto del Presidente della Repubblica numero 104 del 12 febbraio 1985. Nel testo dei programmi, tra gli obiettivi e i contenuti per l'insegnamento della geografia si legge:

[V]erranno enucleati e correlati tra loro gli aspetti geograficamente significativi del territorio: i caratteri fisici e naturali, gli elementi artificiali, le attività economiche, sociali e culturali e gli spazi da esse utilizzati e trasformati. [...] si potranno considerare, ad esempio, i rapporti tra la flora e la fauna potenziale e quella introdotta dalle coltivazioni e dagli allevamenti, fra questi e le abitudini alimentari.⁴⁵

Per riassumere, può risultare utile prendere in prestito l'immagine degli "occhiali verdi" che Dalla Gassa riprende per descrivere l'approccio all'"Oriente" dei registi italiani che nelle proprie opere affrontano il tema del viaggio:

Le lenti su un versante sono le convinzioni politiche e sociali che scaturiscono da un interesse sempre più acuto nei confronti di alcune aree geografiche culturali, e sull'altro sono le fantasie (infantili) di grandi narrazioni avventurose, i miti e le leggende del passato, il fascino di luoghi magici e incantati. (Dalla Gassa 2016, p. 39)

Si può affermare che ogni consumatore italiano di cucina cinese e di cucina giapponese sia profondamente influenzato da simili lenti colorate, costituite da uno sfaccettato

⁴⁵ Il testo integrale della riforma può essere consultato all'indirizzo <https://www.edscuola.it/archivio/norme/programmi/elementare.html>, <https://www.edscuola.it/archivio/norme/programmi/elementare.html>, ultimo accesso 09/08/2022.

insieme di letteratura, teorie pseudoscientifiche, conoscenze geografiche e culturali che trovano espressione in “atlanti e mappe, fumetti, cartoline, manifesti cinematografici, fotografie, stampe o dipinti” (*Ibidem*, p. 39) e che influenzano su più livelli la fruizione, la percezione e la rappresentazione della cucina asiatica. Le tradizioni culinarie di Cina e Giappone, nello stretto rapporto con la cultura delle popolazioni di cui sono espressione, diventano uno dei tanti cristalli di quelle stesse lenti che contribuiscono a plasmarne la percezione.

3.4 Cucina cinese e giapponese in Italia

Con il seguente sotto-capitolo si intende introdurre una breve rassegna delle caratteristiche della rappresentazione contemporanea della cucina cinese e giapponese in Italia, evidenziandone similitudini e differenze. Partendo con la cucina cinese, si può affermare come una buona parte dei preconcetti che ne hanno caratterizzato la rappresentazione nel XIX secolo possano suonare familiari ancora oggi; dalla credenza che questa dieta si distingua per ingredienti indigesti e di scarsa qualità, allo stereotipo che i cinesi mangino qualsiasi cosa si muova, queste convinzioni affondano le proprie radici nel discorso degradante che ha caratterizzato l’incontro con differenti usanze alimentari nel contesto dei primi scambi economici tra Cina, potenze coloniali Europee e Stati Uniti.

I principali stereotipi di cui è intriso il discorso relativo alla cucina cinese in Italia possono essere divisi in tre grandi categorie. La prima è quella che riguarda l’utilizzo di carne di cani, gatti e altri animali il cui consumo è generalmente considerato tabù in Italia; rispondendo al paradigma del *China bashing* che dipinge i cinesi come esseri crudeli, dall’appetito insaziabile, che mangiano qualsiasi cosa “corra, cammini, strisci, voli o nuoti” (Coe 2009, p.27), non è raro trovare commenti o articoli di giornale in cui si attribuisce ai ristoratori cinesi l’abitudine di servire queste carni a ignari avventori. Diversi esempi possono essere individuati attraverso i *social network*. Il 2 febbraio 2020, a fronte all’aumento degli episodi di violenza e intolleranza nei confronti della comunità cinese in Italia a seguito dell’inizio della pandemia da COVID-19,⁴⁶ il segretario della Lega Matteo Salvini pubblica su

⁴⁶ Per approfondire gli episodi di sinofobia in Italia durante la prima fase della pandemia da COVID-19 si veda Toshio MIYAKE, “‘Cin ciun cian’ (ching chong): Yellowness and neo-orientalism in Italy at the time of COVID-19”, *Philosophy and Social Criticism*, 47, 4, 202, pp. 486-511.

Facebook una foto in cui è ritratto in procinto di consumare ravioli cinesi e spaghetti di riso. La didascalia recita “cenetta cinese da leccarsi i baffi” (Salvini 2022a). Numerosi commenti, oltre a riflettere il pregiudizio sopracitato, tracciano anche una forte opposizione con la qualità associata alla cucina italiana e al *made in Italy*. Per citarne alcuni:

Te voglio bene Ma made in italy tutta la vita. Corona virus a parte dentro quei ravioli ci può stare di tutto a mio avviso, dai cani ai gatti

Non devi mangiare cinese io non ho mai mangiato cinese nella mia vita. Non sai che carne mangi ti danno quella dei cani e poi sono così sporchi. Devi mangiare italiano

Dei cinesi non mi fido non per il coronavirus perché si mangiano di tutto preferisco il giapponese cucinato davanti ai clienti sano e pulizia⁴⁷

Nei casi più estremi, questo paradigma si traduce nell’insinuazione di atti di cannibalismo. Sul quotidiano *Il Giornale*, nell’articolo del 15 gennaio 2017 intitolato “A tavola zampa d’orso o piede umano?”, viene descritta una segnalazione ai Carabinieri del N.A.S in merito al consumo di zampe di orso in un ristorante cinese di Padova (Bettin 2017). Nonostante le indagini dimostreranno come la carne in questione fosse effettivamente di orso, e non di uomo come suggerito dall’articolo,⁴⁸ alcuni commenti evidenziano una forte diffidenza:

Ho il sospetto che i bipedi cinesi, quando passano a miglior vita, finiscono nelle celle frigorifere...ma non in quelle delle camere mortuarie

⁴⁷ Tutti i commenti riportati all’interno di questo capitolo sono citati testualmente così come sono stati pubblicati. Gli errori grammaticali e di battitura presenti non sono stati corretti.

⁴⁸ A quasi un mese di distanza *Il Giornale* riporterà l’esito delle indagini in un successivo articolo, Rachele NENZI, “Padova, risolto il mistero del piatto cinese. ‘Quelle sono zampe di un orso’”, *Il Giornale*, 4 febbraio 2017, <https://www.ilgiornale.it/news/cronache/padova-sisolto-dubbio-sul-piatto-cinese-quelle-sono-zampe-1359703.html>, ultimo accesso 09/08/2022.

[...] è la zampa di un ‘orso umanoide’ (una nuova specie..) che lavorava nella cucina del ristorante (come schiavo, ovvio..) e che, morto per vecchiaia, è stato poi utilizzato per i piatti più prelibati

È interessante notare come la disumanizzazione implicita in questo genere di stereotipo si manifesti esplicitamente in tutta la propria violenza nel linguaggio degradante di questi ultimi commenti, in cui i cinesi —fatti regredire allo stato animale— sono trasformati in “bipedi cinesi” e “orsi umanoidi”.

La seconda categoria di stereotipi è quella legata alla presunta insalubrità della cucina cinese. La patologizzazione dell’Altro avviene attraverso un circolo vizioso in cui bassa qualità e cura del cibo diventano contemporaneamente manifestazione e prova della scarsa igiene del popolo cinese. Questo collegamento emerge chiaramente dalle parole di Luca Zaia, governatore della Regione Veneto, che in un’intervista del 27 febbraio 2020 afferma:

L’igiene che ha il nostro popolo, i veneti e i cittadini italiani, la formazione culturale che abbiamo —quella di farsi la doccia, di lavarsi, di lavarsi spesso le mani, di un regime di pulizia personale che è particolare... anche l’alimentazione, la pulizia, le norme igieniche, il frigorifero, le scadenze degli alimenti— [...] centra perché è un fatto culturale. Io penso che la Cina abbia pagato un grande conto di questa epidemia che ha avuto... perché comunque li abbiamo visti tutti mangiare i topi vivi o altre robe del genere.⁴⁹

Lo stesso paradigma che vede l’Altro cinese come necessariamente sporco/insalubre per caratteristiche culturali intrinseche si riflette anche nel discorso pseudo-scientifico della sindrome da ristorante cinese: una popolare teoria, priva di qualsiasi fondamento scientifico,

⁴⁹ Trascrizione dell’intervista a partire dal video consultato al seguente link <https://www.ilpost.it/flashs/zaia-cinesi-topi-vivi/>, ultimo accesso 09/08/2022.

che associa al consumo di cibo cinese una vasta gamma di sintomi quali mal di testa, affaticamento, palpitazioni.⁵⁰

Un'ultima categoria di stereotipi è quella che si caratterizza per la criminalizzazione delle attività imprenditoriali cinesi. Ne è un esempio la tesi — che come mostra Mudu è spesso presente anche tra le pagine della stampa italiana — per cui i ristoranti cinesi sarebbero in buona parte luoghi di copertura per attività malavitose (Mudu 2007, p.207). Ulteriore declinazione di questa categoria di rappresentazioni è quella che pone l'accento sul mancato rispetto delle leggi che regolano i servizi di ristorazione: dall'evasione delle tasse all'infrazione delle norme per la conservazione alimentare. Di seguito sono riportati due commenti dal sopracitato post del segretario della Lega:

Non azzardo, non per il coronavirus, ma perché non mi fido per nulla né degli intrugli cinesi né dell'igiene. Quante volte i NAS hanno sequestrato merci scadute mal conservate e locali inidonei nei ristoranti gestiti da cinesi.

Perché nn vai insieme alle autorità a fare i controlli in quei ristoranti ...poi vediamo se compri Cinese

Quale genere di rappresentazione riguarda invece la ristorazione giapponese? Una delle prime rappresentazioni che può aiutarci a rispondere a questa domanda è quella che si trova nel film *Fantozzi* (1975): nella pellicola il ragionier Fantozzi, cercando di conquistare la signorina Silvani con una cena di classe, porta la collega in un improbabile ristorante giapponese (fig 13). Uno dei primi elementi che emerge dallo sketch è l'osservanza maniacale di un rigido cerimoniale all'interno del ristorante tanto che la voce fuoricampo del ragioniere commenta: “Le regole dei ristoranti giapponesi sono tremende. La prima è che il personale parla esclusivamente il giapponese stretto” (Salce 1975). I clienti sono obbligati a inchinarsi,

⁵⁰ Per approfondire origine e infondatezza della sindrome da ristorante cinese si vedano Dario BRESSANINI, *Miti culinari 3: la sindrome da ristorante cinese*, in “Le Scienze”, 2008, <https://bressanini-lescienze.blogautore.espresso.repubblica.it/2008/02/04/miti-culinari-3-la-sindrome-da-ristorante-cinese/>, ultimo accesso 09/08/2022 e Jordan SAND, “A Short History of MSG: Good Science, Bad Science, and Taste Cultures”, *Gastronomica*, 5, 4, 2005, pp. 38-49.



Fig. 13 Il ragioniere Fantozzi e la signorina Silvani all'ingresso del ristorante giapponese (a sinistra) e al tavolo mentre viene servito loro il cane Pier Ugo arrosto, da *Fantozzi* (1975)

si siedono per terra attorno a bassi tavolini e —tra lo sbigottito e il terrorizzato— si trovano costretti a mangiare usando le bacchette, pena il taglio delle mani da parte di camerieri-samurai. Un altro aspetto che viene enfatizzato è la freschezza del cibo, portata al limite del paradossale nella scena in cui il cameriere, con versi gutturali, taglia con una mannaia un pesce appena pescato dalla vasca presente all'interno del locale davanti all'orripilata signorina Silvani (fig. 13). Altri aspetti della scena presentano una certa continuità con la rappresentazione della cucina cinese che è stata delineata in precedenza:⁵¹ primo fra tutti è quello del consumo di carne di cane che fa la sua comparsa nel finale della sequenza quando Pier Ugo, il cucciolo della signorina Silvani, viene servito arrosto ai due colleghi inorriditi. Un altro aspetto è poi quello dell'insalubrità del cibo orientale che in questo caso si traduce in un immediato gonfiore del corpo di Fantozzi. Al commento “Ragionier Fantozzi lei mi ha ingannato, lei è più ciccione di prima!” della collega, il ragioniere risponde “Ma no signorina! È questo cibo giapponese che fa ingrassare... ha presente Buddha?” (*Ibidem*).

Al di là della comicità fantozziana, la scena introduce alcuni elementi che possono guidarci nella comprensione della rappresentazione della cucina giapponese in Italia oggi. Un elemento è sicuramente quello della freschezza, declinato nel consumo di pesce crudo. Come si è mostrato nel secondo capitolo del seguente elaborato, il sushi —asceso a simbolo per eccellenza della cucina giapponese— è oggi la pietanza etnica più diffusa e apprezzata in Italia e il consumo di pesce crudo non è certamente più fonte di sorpresa come poteva esserlo

⁵¹ La sostanziale somiglianza tra cinesi e giapponesi viene evidenziata anche dalla battuta pronunciata dalla signorina Silvani fuori dal ristorante; parlando del proprio cane Pier Ugo afferma: “E poi è pechinese, coi giapponesi siamo lì” (Salce 1975).

negli anni di *Fantozzi* (Russo 2015). Oggi al contrario, la “dieta giapponese” —declinata nella triade pesce, alghe e soia— viene generalmente considerata estremamente salutare:

The common Italian image of Japanese cuisine is that seasoning is used lightly, the natural flavor of the ingredients is emphasized, and a traditional menu composition is common. (Fanelli e Di Nocera 2018, p. 168)

Il cibo giapponese sembra quindi rientrare in quella categoria di cibo etnico che, rispondendo al sempre maggiore desiderio per un'alimentazione “naturale” (Schneider 2008), viene classificato come salutare e apprezzato dai consumatori italiani. Questa caratteristica della dieta giapponese riecheggia anche nelle pagine della stampa nazionale, con un frequente accostamento/opposizione agli effetti benefici della dieta mediterranea. Un esempio è l'articolo “Al top per la salute, la dieta giapponese insidia quella mediterranea” pubblicato su *ANSA*,⁵² in cui si evidenziano le proprietà benefiche dell'“alimentazione del Sole Levante” in particolare nel campo della prevenzione oncologica. Come evidenzia l'indagine di Fanelli e Di Nocera sulla percezione della cucina giapponese in Italia attraverso l'analisi delle recensioni aggregate nell'applicazione TheFork, i consumatori italiani hanno generalmente sentimenti positivi verso la ristorazione giapponese (Fanelli e Di Nocera 2018).

La naturalità (intensa come uso consapevole delle risorse e armonioso rapporto con la natura) della dieta giapponese è un altro aspetto particolarmente enfatizzato, rispondendo alla costruzione che vede nel *washoku* “an essential spirit of respect for nature that is closely related to the sustainable use of natural resources”.⁵³ Ad esempio, in un articolo completamente dedicato alla cucina giapponese su *La Repubblica* si legge:

⁵² L'articolo è consultabile al seguente indirizzo https://www.ansa.it/canale_salutebenessere/notizie/alimentazione/2019/10/08/al-top-per-salute-la-dieta-giapponese-insidia-la-mediterranea_afea15c6-992e-4b6d-bad4-903d623bd1a4.html, ultimo accesso 09/08/2022.

⁵³ La definizione è quella data dall'UNESCO contestualmente alla registrazione del *washoku* come patrimonio culturale immateriale e può essere letta al seguente indirizzo <https://ich.unesco.org/en/RL/washoku-traditional-dietary-cultures-of-the-japanese-notably-for-the-celebration-of-new-year-00869>, ultimo accesso 21/08/2022.

Spiritualità, equilibrio nutrizionale e salutare, socialità, estetica e attenzione alla territorialità e stagionalità: questi i principi base del Washoku, parola giapponese che indica e racchiude l'armonia del cibo. Più che una pratica è l'approccio tradizionale e una pratica sociale che trae origine e si fonda su conoscenze, competenze e pratiche tradizionali di scelta, lavorazione, produzione e consumo del cibo, in stretta correlazione con l'utilizzo sostenibile delle risorse naturali. (Mancini 2017)

Il passaggio riassume brevemente le principali caratteristiche attribuite al *washoku* (spiritualità, estetica, tradizione, legame con la natura) presentando un esempio emblematico del processo di estetizzazione che coinvolge questa dieta che, lungi dall'essere una semplice usanza alimentare, viene sublimata in un "approccio tradizionale e una pratica sociale". L'articolo è accompagnato da una foto in cui sono raffigurati dei piatti dall'estetica minimale tra cui, nonostante la giornalista ci ricordi come "la cucina nipponica sia molto più del sushi, si estenda e caratterizzi per caratteri regionali e stagionali, in analogia alla dieta mediterranea e alla cucina italiana" (*Ibidem*), spiccano in primo piano sushi e sashimi (fig. 14).

Lo stesso discorso estetizzante è alla base della diffusa rappresentazione che vede nella cucina giapponese una vera e propria forma d'arte. Anche in questo caso i *social network* possono aiutarci nel documentare il fenomeno: si consideri ad esempio il tono dei



Fig. 14 Esempio di *washoku* fornito in Giulia MANCINI, "Cos'è il Washoku, e perché (anche se non lo sappiamo) fa ormai parte della nostra vita", *La Repubblica*

commenti al video “SUSHI FATTO IN CASA - Ricetta ORIGINALE GIAPPONESE di Sai Fukayama” pubblicato il 15 ottobre 2020 sul canale YouTube di Giallo Zafferano, il più popolare sito web di cucina in Italia.⁵⁴ Citando alcuni dei commenti in evidenza:

Più che cucina, questa è... ARTE ❤️

È arte, lui è un maestro. Fine, ogni altro commento è superfluo. Solo ammirazione totale.

Complimenti per la semplicità e chiarezza con la quale ha trasmesso questa forma d'arte speciale ❤️ W la cucina Japp! 😊😘❤️

Un altro grande tema che traspare ancora una volta attraverso i commenti è quello della stretta unione tra cibo e cultura che in questo caso si manifesta nella corrispondenza tra una ricetta elegante, dai passaggi precisi, spiegata dettagliatamente e un popolo definito da gentilezza, senso estetico e rigore.

Bravissimo, stima infinita per i giapponesi, popolo rispettoso , educato e intelligente.

Si vede che questo ragazzo ha origini giapponesi; è di una grandissima precisione nello spiegare i passaggi. Complimenti vivissimi!

La cosa che colpisce dei giapponesi sono l'educazione e gentilezza, questo ragazzo non smentisce, complimenti davvero....detto cio', this is not food but art...

⁵⁴ Secondo quanto riportato dalla pagina Wikipedia “Giallo Zafferano”, il sito vanta due premi Macchianera (*Macchianera Blog Awards* come miglior sito italiano e *Macchianera Internet Awards* come miglior sito food) e conta più di due milioni di visitatori giornalieri, https://it.wikipedia.org/wiki/Giallo_Zafferano, ultimo accesso 10/08/2022.

4. Cucina e identità

Con il seguente capitolo si cercherà di integrare e definire più approfonditamente gli elementi di *food studies* e *cultural studies* che sono stati introdotti in maniera non sistematica nelle pagine precedenti. In particolare, ci si intende soffermare sui concetti di orientalismo e occidentalismo per tentare una spiegazione al diffuso radicamento di una certa modalità di rappresentazione stereotipata della cucina “asiatica”. Si analizzeranno quindi le strutture essenzialiste descritte nei capitoli precedenti come forme di auto-rappresentazione, partendo dall’assunto che uno stereotipo non ci informa tanto sull’Altro “orientale” quanto sull’identità italiana di chi contribuisce alla sua creazione/circolazione.

Un altro interrogativo alla base del seguente capitolo riguarda la differenza tra la rappresentazione di cucina cinese e cucina giapponese nell’Italia contemporanea: perché, nonostante le prime rappresentazioni delle due cucine fossero caratterizzate da un discorso xenofobo estremamente simile, la cucina giapponese viene dipinta oggi in un’ottica positiva, con una forte concentrazione su storia/tradizione/estetica, mentre la cucina cinese continua a essere vittima di rappresentazioni negative? Per rispondere alla seguente domanda si farà uso di teorie proprie dei *food studies*, riprendendo in particolare il concetto di *gatronazionalismo* così come delineato da DeSoucey (2010) e di *displacement* dato da Cook e Crang (1996), toccando quindi le politiche di *gastrodiplomazia* messe in atto da Cina e Giappone.

Prima di addentrarsi in questa analisi è bene però fare un passo indietro con una riflessione preliminare sull’atto stesso del mangiare. Come afferma l’antropologo Sidney Mintz: “Nothing defines our nature as living creatures more dramatically than our ingestion” (Mintz 1996, p. 4). Eliminando ogni possibile sovrastruttura, il mangiare consiste infatti in un’attività biologica di base, il semplice soddisfacimento di un bisogno fisico essenziale. Come si è già potuto intravedere dalle pagine precedenti, tuttavia, l’atto del mangiare e tutto ciò che vi ruota attorno non si può certo esaurire nella fisicità della digestione e nella soddisfazione della fame. Il cibo e l’effetto che questo ha sul corpo sono elementi tutt’altro che neutri, centro di una vivace pratica discorsiva e fonte di sentimenti contrastanti: il cibo è in grado di unire due poli opposti, collegando un bisogno quasi animale con il campo della cultura e della civilizzazione. Proprio in virtù di questa opposizione, afferma Mintz, non

dobbiamo stupirci della varietà di posizioni e sentimenti nei confronti del cibo e dell'infinità di possibili risposte alla semplice domanda “che cosa significa mangiare?” (*Ibidem*).

Una prospettiva interessante viene fornita da Jack Goody nel saggio *Cooking, Cuisine and Class. A Study in Comparative Sociology* (1982) dove il cibo viene analizzato come mezzo di dialettica tra classi. L'antropologo si concentra in particolare sui fattori politici, economici e identitari che investono il cibo in quattro fasi principali: produzione, distribuzione, preparazione e consumo. Il merito dell'antropologo britannico è quello di introdurre una prospettiva storica e comparativa nello studio del cibo e delle strutture simboliche che vi sono connesse; commentando lo studio di Mintz sulle forze politiche ed economiche che hanno portato alla diffusione dello zucchero in Europa, Goody afferma:

Even if one is trying to analyze meaning, symbolic structures cannot be treated as timeless; the meaning of sugar for the Lancashire mill worker is not determined in the metropolitan heartland alone. It is embedded in a world economy. (Goody 1996, p. 37)

Una prospettiva di classe viene mantenuta anche da Pierre Bourdieu all'interno del suo *La distinzione. Critica sociale del gusto* (1979). Il saggio si concentra sul concetto di gusto e sulla sua relazione con differenti tipologie e quantità di capitale, individuando nelle differenze della “struttura delle condizioni (alto/basso, ricco/povero, ecc.)” (Bourdieu 1983, p. 175) i fattori che stanno alla base della differente struttura e classificazione delle pratiche e dello stile di vita. In altre parole, il gusto può essere definito “propensione e attitudine all'appropriazione (materiale e/o simbolica) di una determinata classe di oggetti o di pratiche classificate e classificanti, [...] la formula generatrice, che sta all'origine dello stile di vita” (*Ibidem*, p. 179). Il gusto quindi non fa altro che rivelare e rafforzare una determinata divisione di capitale, trasformando differenze fisiche in differenze simboliche e associando un maggiore capitale simbolico a quelli che definisce “consumi distinti” —i consumi propri delle classi dotate di maggiore capitale economico e culturale— rispetto ai “consumi volgari” —più facilmente accessibili e associati di conseguenza alle classi meno dotate di queste forme di capitale (*Ibidem*, p. 182).

Bourdieu applica questa definizione di gusto come metro per analizzare le abitudini alimentari, delineando un binomio tra il “mangiar schietto” delle classi dominate e il “mangiare secondo certe forme” delle classi dominanti (*Ibidem*, p. 204). L’estetizzazione del cibo, afferma Bourdieu, la sua trasformazione in un cerimoniale ben definito, in un’arte dalle regole precise, in un atto di parco consumo che rispetti una forma di ascetismo auto-imposto, permette alla classe dominante di allontanare la natura intrinsecamente animalesca dell’atto della nutrizione e di raggiungere la “stilizzazione della vita”, tanto più valutata quanto più si sale nella scala sociale. In opposizione, il “mangiar schietto” della classe dominata viene declinato come un puro atto biologico, la soddisfazione della fame attraverso pasti più abbondanti, economici e nutrienti. In questo modo l’alimentazione riflette la differenza tra “gusti di lusso”, propri di una classe alta, libera in virtù del proprio capitale economico, e “gusti di necessità”, vale a dire di quelle classi obbligate a un certo tipo di consumi —o a cui un certo tipo di consumi è precluso— a causa di un capitale più limitato (*Ibidem*, p. 185).

Il ruolo del gusto che Bourdieu individua nel collegare questo genere di differenziazioni economiche a differenze significative a livello di capitale simbolico può aiutarci a dare una prima risposta alla domanda accennata a inizio capitolo: come si può spiegare la differenza di rappresentazione tra due cucine asiatiche, quella cinese e quella giapponese, in virtù di rappresentazioni inizialmente molto simili tra loro? Riprendendo Bourdieu, sembra essere in gioco uno dei due estremi che caratterizza una comune concezione del gusto come gusto di libertà:

L’idea stessa di gusto, che è tipicamente borghese, perché presuppone la libertà assoluta di scegliere, è così strettamente legato all’idea di libertà, che si fa fatica anche soltanto a concepire il paradosso di un gusto del necessario [...] dimenticando i condizionamenti di cui è il risultato, e riducendolo così ad una preferenza patologica e morbosa per le cose di (prima) necessità, una sorta di indigenza congenita, che funziona da pretesto per un razzismo di classe che accomuna il popolo al crasso ed al grasso. (*Ibidem*, pp. 185 186)

Nel caso della comunità cinese prospettiva classista e razzista si uniscono: da una parte la comunità cinese, numericamente rilevante ed estremamente attiva nel tessuto socioeconomico italiano, non risponde allo stereotipo della migrazione invisibile (Mudu 2007). Riprendendo il ragionamento di Lee in *Orientalism. Asian Americans in Popular Culture* (1999), i membri della comunità cinese in Italia potrebbero essere definiti come “agenti inquinanti” o, in altre parole, “aliens, outsiders who are inside, disrupt the internal structure of a cultural formation as it defines itself vis-a-vis the Other” (Lee 1999, p. 3). D’altra parte, le abitudini alimentari, nella loro versione spesso essenzialista e stereotipata, assumono un potente valore simbolico andando a definire nel complesso questa comunità. Una cucina sporca, di scarsa qualità e poco salutare diventa la dimostrazione lampante di una comunità “crassa e grassa”. Tensioni razziali nei confronti della numerosa comunità cinese, prospettiva di classe, e unione del binomio cibo-cultura fanno parte di un circolo vizioso in cui ciascun elemento si rimanda a vicenda diventando allo stesso tempo fondamento e dimostrazione delle altre prospettive.

Dall’altra parte dello spettro si colloca invece la cucina giapponese. Il *washoku*, nella sua rappresentazione estetizzata, risponde a quel “mangiare secondo certe forme” di cui parla Bourdieu:⁵⁵ elementi come una rigida scansione delle portate, le porzioni contenute, la natura estetica e raffinata delle pietanze, diventano massimo espressione di “ascetismo elettivo, [...] contenimento deliberato, economia di mezzi, ritegno, riserva” (Bourdieu 1983, p.182) che sono propri del gusto delle classi dotate di maggiore capitale economico. Questo gusto si fissa anche attraverso un discorso ecologico/salutista, che individua nella cucina giapponese una forma di alimentazione stagionale, delicata e salutare. Anche l’effetto del cibo sui corpi è infatti un potente elemento per la definizione del gusto:

Il gusto in campo alimentare dipende anche dall’idea che ogni classe si fa del corpo e degli effetti dell’alimentazione sul corpo —cioè sulla forza, sulla salute, sulla bellezza — e dalle categorie che adopera per valutare questi effetti. (*Ibidem*, p.197)

⁵⁵ Per un approfondimento sulle caratteristiche del *washoku* si rimanda al capitolo 4.4 del seguente elaborato e al capitolo “Japanese Culinary Aesthetics and Kaiseki” in Katarzyna J. CWIERTKA, *Modern Japanese Cuisine. Food, Power and National Identity*, Londra, Reaction Books, 2006.

In anni recenti il mangiar sano è diventato un fenomeno sociale ed economico sempre più rilevante; il successo di indicazioni geografiche e del movimento Slow Food in Italia⁵⁶ possono essere letti come una forte testimonianza di un tentativo dei consumatori di adottare uno stile di vita più sano, lontano dalla percepita deriva di un'eccessiva industrializzazione nel campo alimentare (Schneider 2008). Quindi, in un periodo in cui il mangiar sano è diventato una tendenza sempre più diffusa e sentita, la cucina giapponese, nella sua forma estetizzata e raffinata, ha saputo definirsi in opposizione alla cucina cinese venendo incasellata proprio in quella triade di “buono, pulito e sano” che è lo slogan portante di Slow Food. Il *washoku* non è infatti solamente gustoso ma è anche salute, cultura, convivialità, rispetto per la natura. Riprendendo la descrizione fornita dall'UNESCO:

These dishes are served on special tableware and shared by family members or collectively among communities. The practice favours the consumption of various natural, locally sourced ingredients such as rice, fish, vegetables and edible wild plants. The basic knowledge and skills related to Washoku, such as the proper seasoning of home cooking, are passed down in the home at shared mealtimes.

Questo tipo di rappresentazione beneficia inoltre della differente portata della migrazione giapponese in Italia; come si è messo in evidenza nel capitolo 2.1, mentre la comunità cinese è una comunità visibile, la prima grande comunità straniera ad essersi affermata nel Paese, la comunità giapponese rimane estremamente limitata e caratterizzata da una composizione estremamente differente. Riprendendo la distinzione data da Lee, l'Altro giapponese non è “alieno” —un agente esterno che distrugge e inquina un ordine sociale esistente— ma “straniero”, vale a dire un oggetto esterno e distante. Il giapponese si configura quindi come un'alterità lontana, che non possiede quel potere sovversivo di cui è dotato invece l'“alieno” (Lee 1999).

⁵⁶ Dagli anni Novanta ad oggi i Presidi Slow Food riconosciuti in Italia sono saliti a 325. Nel mondo si contano poco meno di 600 Presidi totali (Fino e Cecconi 2021).

Riassumendo, il mangiare è un atto neutro solo in apparenza. Dietro un semplice bisogno biologico si celano discorsi politici, economici e identitari che —soprattutto nel caso di comunità straniere— si intrecciano con una prospettiva razziale e di classe. Prendendo in prestito le efficaci parole di Mintz:

The foods eaten have histories associated with the past of those who eat them; the techniques employed to find, process, prepare, serve, and consume the foods are all culturally variable, with histories of their own. Nor is the food ever simply eaten; its consumption is always conditioned by meaning. These meanings are symbolic, and are communicated symbolically; they also have histories. (Mintz 1996, p.7)

4.1 Orientalismo e occidentalismo

Come accennato nell'introduzione, per comprendere la rappresentazione delle abitudini alimentari cinesi e giapponesi si ritiene fondamentale introdurre un ulteriore elemento di contorno, rappresentato dal concetto di orientalismo così come delineato da Edward Said in *Orientalism* (1978). Said fornisce tre diverse possibili declinazioni del termine orientalismo. La prima è una definizione collegata al mondo accademico: orientalista è chi si dedica allo studio o alla ricerca in merito all'"Oriente"; il termine, evidenzia Said, non è più di uso comune in ambito accademico ed è frequentemente sostituito da altre definizioni come "studi di area" o "studi orientali", tuttavia "books are written and congresses held with 'the Orient' as their main focus, with the Orientalist in his new or old guise as their main authority." (Said 1979, p. 3) La seconda declinazione del termine è quella che vede nell'orientalismo un modo di pensare basato su una distinzione ontologica ed epistemologica tra due entità distinte, l'"Oriente" e l'"Occidente". La terza definizione è una declinazione maggiormente storica e discorsiva che racchiude le precedenti:

Orientalism can be discussed and analyzed as the corporate institution for dealing with the Orient —dealing with it by making statements about it, authorizing views of it, describing it, by teaching it, settling it, ruling over it: in short, Orientalism as a

Western style for dominating, restructuring, and having authority over the Orient.
(*Ibidem*, p. 3)

Il richiamo di Said a Foucault è esplicito: l'orientalismo può essere compreso nella sua natura sistemica e nelle sue implicazioni pratiche di definizione e circolazione di potere solo se analizzato in quanto costruzione discorsiva. L'orientalismo non è quindi un semplice controllo diretto e unilaterale, ma una complessa rete di conoscenza e potere che richiede un'accettazione attiva delle categorie discorsive orientaliste anche da parte degli stessi paesi che vengono classificati come "Oriente". In questo senso, può essere utile richiamare il concetto di egemonia elaborato da Gramsci come suggerito da Miyake (2014):

L'egemonia [...] non è da confondersi con il dominio che si riduce ad un potere imposto in modo unilaterale con la forza, ma si costituisce piuttosto attraverso una combinazione fra coercizione materiale e consenso culturale. [...] Per essere effettivo come egemonia, l'orientalismo richiede il consenso, la complicità e l'accettazione attiva, e non passiva, da parte dell'altro *orientalizzato*. (Miyake 2014, p. 34)

Uno degli effetti più immediati del discorso orientalista sta nella creazione del binomio di due categorie identitarie distinte in opposizione tra loro: da una parte l'"Occidente", categoria egemone, che viene assunto come espressione di modernità e progresso, dall'altra l'"Oriente", categoria subordinata e costruita proprio in opposizione a quella egemone in modo da farne risaltare le caratteristiche identitarie, che diventa simbolo di arretratezza/tradizione (*Ibidem*). A queste categorie viene attribuito uno status ontologico e vengono ancorate in una realtà geografica presentata come neutra e indiscutibile. La complessità di questa categorizzazione, tuttavia, trascende il semplice aspetto geografico:

[W]e need to remember that they represent very complex ideas and no simple or single meaning. At first sight, these words may seem to be about matters of geography and location. But even this, on inspection, is not straightforward since we also use the

same words to refer to a type of society, a level of development, and so on. (Hall 1992, p. 185)

Nella loro natura discorsiva, queste categorie definiscono soggetto e oggetto della conoscenza creando le stesse categorie che definiscono ciò che può essere pensato e detto riguardo all'“Oriente”. Il binomio di base modernità/tradizione fissato in questo discorso può essere declinato in diversi campi e risulta particolarmente significativo anche nell'analisi degli stereotipi culinari che sono stati presentati in precedenza. Il consumo di carne di cane da parte cinese, ad esempio, diventa un'immagine centrale per definire un'alterità che si inserisca nella sezione “arretratezza” del binomio, attivando allo stesso tempo la categoria di “crudeltà”; l'identità “occidentale” che emerge dal contrasto si caratterizza invece per una modernità definita dal superamento di abitudini alimentari arretrate e da un rapporto più armonioso con la natura, dimostrato dal rispetto per i “graziosissimi cani che altrove sono apprezzati per la loro intelligenza e per la loro fedeltà” (Jacopetti, Cavara, Prospero 1962). Le implicazioni inferiorizzanti del paradigma sono evidenti nella miriade di possibili combinazioni che si delineano attraverso la diffusa rappresentazione della ristorazione cinese: illegalità-legalità, sporcizia-pulizia, insalubrità-salubrità, pesantezza-leggerezza ecc. I cinesi, che in questo immaginario alimentare sono coloro che riescono a nutrirsi di qualsiasi cosa si muova, che hanno un appetito smodato che non si placa nemmeno di fronte al lutto, che si caratterizzano per una cucina grassa e di scarsa qualità, diventano la controparte dell'immaginario di “cucina occidentale” (leggasi “civiltà occidentale”) che è invece caratterizzata da gusto, tradizione, igiene, controllo ed equilibrio.

Non tutte le rappresentazioni orientaliste presentano però una esplicita denigrazione dell'Altro essenzializzato: come evidenzia Miyake, il discorso orientalista sul Giappone oscilla tra “fascino esotico” e “disprezzo razzista” (Miyake 2014, p. 123), creando l'immagine di un paese di contrasti estremi, in cui tradizione e iper-modernità si affiancano in una implicita opposizione al modello “occidentale”. È così che il cibo giapponese diventa espressione per eccellenza di una profonda ritualità, di un contatto quasi mistico con la natura, di una sensibilità estetica che rimanda alla tradizione *zen*. Il *washoku* si trasforma nel simbolo

in cui incarnare l'immaginario di una nazione di contrasti, oggetto di stupore ammirato, in cui ogni gesto sembra essere collegato a una spiritualità ancestrale incomprensibile per l'occhio "occidentale".

Al di là dell'accezione positiva o negativa attribuita, ciò che accomuna questo genere di rappresentazioni essenzializzanti è la capacità di suddividere il mondo in unità geografiche fisse, percepite come naturali e immutabili. La suddivisione avviene su più livelli: il primo è quello globale che vede contrapposti i blocchi di "civiltà orientale" e "civiltà occidentale", il secondo è a livello nazionale, fissando attraverso il cibo l'identità tra territorio (Nazione) e popolo, identificato dalle sue abitudini alimentari. La grammatica che sta alla base di questo discorso è quella dell'occidentalismo descritto da Coronil: occidentalismo non è semplicemente l'opposto di orientalismo ma la stessa condizione d'esistenza di quest'ultimo. Queste sono le caratteristiche fondamentali individuate dall'antropologo:

(1) separate the world's components into bounded units; (2) disaggregate their relational histories; (3) turn difference into hierarchy; (4) naturalize these representations; and thus (5) intervene, however unwittingly, in the reproduction of existing asymmetrical power relations. (Coronil 1996, p. 57)

L'idea di cucina nazionale si inserisce perfettamente in questo contesto, rafforzando categorie geografiche storiche, fissando l'idea di una nazione unita sotto una cucina comune e —intersecandosi con il discorso razzista, classista e orientalista che investe le comunità migranti— contribuendo a trasformare differenze in relazioni gerarchiche.

4.2 Gastronazionalismo

Un'espressione in campo alimentare dell'occidentalismo descritto da Coronil è rintracciabile nel concetto di gastronazionalismo. Riprendendo la definizione data da Michaela DeSoucey con gastronazionalismo si intende:

[T]he use of food production, distribution, and consumption to demarcate and sustain the emotive power of national attachment, as well as the use of nationalist sentiments to produce and market food. (DeSoucey 2010, p. 433)

La sociologa utilizza questa categoria per mostrare l'influenza di una retorica nazionalista nelle politiche protezioniste intorno alla produzione di *foie gras* in Francia, riconoscendo però come questa nozione possa essere applicata a una miriade di fenomeni legati alla produzione/distribuzione alimentare. Il nazionalismo gastronomico è presentato infatti come un tassello del più ampio quadro delle politiche identitarie che definiscono i confini culturali delle Nazioni: in questo processo il cibo rappresenta la chiave di volta in grado di fornire un legame tra diversi “social actors and their cultural pasts, shared bonds of familial or religious identity, and narratives of organizational identity” (*Ibidem*, p. 434). Di conseguenza, si può affermare che l'identità di una Nazione si cristallizzi anche nel potente simbolo del cibo, il quale —fissando dei confini culturali ben definiti attraverso una tradizione presentata come immutabile— funge da efficace mezzo di identificazione.

Come mostrato da Fino e Cecconi in *Gastronazionalismo* (2021), questo genere di ideologia ha avuto un'ampia diffusione in Europa negli ultimi trent'anni con una forte accelerazione a partire dalla Convenzione Unesco per la Salvaguardia del Patrimonio Culturale Immateriale (2003), di cui una colonna portante è proprio “la tradizione gastronomica elevata a bene giuridicamente tutelato” (Fino e Cecconi 2021, p. 8). Questa *heritage fever* declinata nel campo alimentare trova massima espressione giuridica nelle indicazioni d'origine. DOP (Denominazione di Origine Protetta) e IGP (Indicazione Geografica Protetta) nascono nel 1992 in seno al Consiglio dell'Unione europea con diversi obiettivi riassumibili in: tutela del consumatore attraverso offerta di prodotti di qualità, etichettature e disciplinari unificati, protezione di prodotti locali che —proprio in virtù della propria località— avrebbero avuto scarse possibilità di competere sul mercato internazionale (*Ibidem*). Negli anni, a questi obiettivi dichiarati si è andata affiancando una nuova interpretazione di queste etichette che ha favorito l'assegnazione di questi riconoscimenti

giuridici a una moltitudine di produzioni. Il paradosso viene riassunto efficacemente da Fino e Cecconi:

Non ogni prodotto, ancorché di nicchia, storico, buonissimo, ricercato e perfino prezioso, era l'oggetto della norma, ma solo quelle produzioni che, da un lato, avevano un legame con un'area limitata e, dall'altro, avevano bisogno di una protezione che le mettesse in condizione di competere equamente sui mercati internazionali. (*Ibidem*, p. 38)

L'interpretazione che ha favorito il particolarismo della produzione ha rovesciato gli intenti originali, trasformando DOP e IGP da strumenti per lo stimolo e la diversificazione del mercato a campanilistici metodi di protezione della purezza (presunta) di un prodotto. Questo meccanismo è particolarmente evidente in Italia: il nostro Paese conta ben 314 indicazioni DOP/IGP collocandosi al primo posto in Europa per indicazioni riconosciute.⁵⁷

Come mostrano chiaramente le indicazioni geografiche, le politiche gastronazionaliste ingabbiano in una geografia astorica la connessione (tutt'altro che immediata) tra tradizione culturale e territorio, inteso come “uno spazio geografico preciso dove una comunità umana ha storicamente prodotto una conoscenza collettiva, basata sull'interconnessione tra ambiente fisico e fattori umani”⁵⁸ (Di Fiore 2019, p. 36). Di conseguenza, le storie di migrazioni, di ibridazioni e di scambi sottese a ogni pratica gastronomica vengono nascoste dietro l'etichetta della tradizione e del localismo. Nel processo di mercificazione delle tradizioni gastronomiche, l'origine del prodotto —il territorio fissato come spazio geografico immutabile— diventa “catalizzatrice di discorsi identitari e politici che trovano rassicurante la similarità e pericolosa la diversità” (Fino e Cecconi 2021, p. 9).

⁵⁷ I prodotti IGP e DOP nell'Unione Europea sono 1.395. Le indicazioni italiane rappresentano quasi un quinto del totale (22,5%). I paesi con maggiori riconoscimenti dopo l'Italia sono Francia (259) e Spagna (201). I dati sono tratti da eAmbrosia, il registro europeo delle indicazioni geografiche, consultato al seguente indirizzo <https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/>, ultimo accesso 19/08/2022.

⁵⁸ Traduzione dall'inglese all'italiano dell'autore. Originale inglese: “a specific geographical space where a human community has historically produced collective knowledge, based on the intertwining of a physical environment with human factors”.

Questi processi trovano terreno fertile anche in Italia, dove ancor più che in altri paesi il “buon cibo” nazionale è fonte di orgoglio e patrimonio da difendere (*Ibidem*, p. 15). E così, passando attraverso il “non si scrive l’Italia invano” di Checco Zalone⁵⁹ e improbabili elenchi di “crimini” commessi nei confronti dell’intoccabile tradizione,⁶⁰ si arriva a vere e proprie crociate politiche in difesa dell’Italia a tavola: si pensi allo slogan “sì alla polenta no al cous cous” della Lega di inizio anni Duemila (Volpino 2011), o alla più recente campagna #Mangiacomeparli in difesa “del Made in Italy e delle eccellenze delle nostre produzioni contro Nutriscore, vino senza alcol, carne e latte finti, farine di insetti” (Salvini 2022). In opposizione al Nutriscore è intervenuta anche Giorgia Meloni, dando voce con le proprie parole a un diffuso sentimento nazionalista che si manifesta nella celebrazione della tavola italiana. Nella videoconferenza “Farm to fork e Made in Italy. Difendiamo l’agroalimentare italiano” al Parlamento europeo, la leader di Fratelli d’Italia afferma:

Noi di Fratelli d’Italia siamo da sempre attenti alla difesa della nostra agricoltura, del nostro Made in Italy e del nostro agroalimentare. Siamo un partito di patrioti e la Patria è la terra dei padri, non solo intesa come vincolo di appartenenza culturale ma anche come amore per la terra, il magnifico territorio che il buon Dio ci ha donato, che generazioni di italiani hanno difeso e che milioni di italiani rendono grande e fruttuoso ogni giorno. [...] Quando parliamo di qualità dei prodotti, di filiera corta, di sostenibilità, di identità e legame con il territorio, di stili alimentari sani ed equilibrati, possiamo dire senza timore di smentita che noi italiani siamo maestri inarrivabili. (Roscani 2021)

Il legame cultura/territorio emerge chiaramente in questo comunicato: il cibo non si declina solo a tavola, ma comprende un’intera filiera che ancora ogni tradizione e ogni

⁵⁹ Si fa riferimento al film record di incassi “Quo vado?” (2016) diretto da Gennaro Nunziante e interpretato da Checco Zalone. La scena in questione vede Checco Zalone difendere la tradizione italiana smontando l’insegna di un improbabile ristorante di cucina italiana in Norvegia.

⁶⁰ Un esempio è Claudia BARTOLI, “Gli 11 peggiori crimini contro la cucina italiana secondo lo chef di Youtube Vincenzo Proserpi”, *Agrodolce*, 6 aprile 2022, <https://www.agrodolce.it/news/11-peggiori-crimini-cucina-italiana/>, ultimo accesso 14/05/2022. Una ricerca con le parole chiave “Crimini contro cucina italiana” fornisce decine e decine di risultati simili.

eccellenza alla “terra dei padri”. Il meccanismo di fondo è sempre lo stesso: fare leva sull’autenticità della cucina italiana creando una narrazione che vede contrapporsi un *noi* (coloro che si riflettono in questa tradizione nazionale) contro *loro* (tutti coloro che minacciano questa tradizione). Quello che viene ignorato in questo processo, tuttavia, è l’origine discorsiva della fantomatica “tradizione culinaria”. Per averne un esempio basti pensare a ricette considerate una parte fondamentale dell’identità italiana come la carbonara: nata verso gli anni Cinquanta del Novecento, la ricetta si è in realtà evoluta attraverso una miriade di forme fissandosi nella triade guanciale/pecorino/uova solamente verso la fine degli anni Novanta.⁶¹ Un altro esempio emblematico è quello dell’Aceto Balsamico di Modena IGP; in questo caso l’Indicazione Geografica ammantata di tradizione un prodotto che di tradizionale ha ben poco,⁶² rispondendo in ultima analisi a semplici logiche di mercato.

Il collegamento tra queste tendenze gastronazionaliste e la rappresentazione della cucina cinese e giapponese può essere individuato attraverso il concetto di occidentalismo delineato in precedenza. Il nazionalismo in chiave alimentare diffuso in Italia può essere analizzato proprio come un’espressione dell’occidentalismo descritto da Coronil rispondendo pienamente ai cinque punti di cui si è discusso sopra; la narrazione della tradizione gastronomica infatti contribuisce a separare il mondo in unità fisse delineate proprio in virtù del cibo prodotto e consumato, nasconde e separa le relazioni interterritoriali che stanno alla base di ogni pratica alimentare e trasforma le differenze in gerarchie contrapponendo un *noi/buona cucina nazionale* contro un *loro/cattiva cucina estera*. Questi rapporti sono quindi naturalizzati attraverso il ruolo apparentemente neutro e non problematico del cibo.

⁶¹ Le prime versioni della ricetta includevano ingredienti, oggi considerati inammissibili, come pancetta, parmigiano, cipolla, burro, panna, gruviera o funghi. Per approfondire la storia e l’invenzione della tradizione della carbonara di rimanda a Luca CESARI, *Storia della pasta in dieci piatti dai tortellini alla carbonara*, Milano, il Saggiatore, 2020, pp. 57-91.

⁶² Nel disciplinare per l’assegnazione del riconoscimento del titolo di Aceto Balsamico di Modena IGP non sono posti vincoli sull’origine del mosto e dell’aceto di vino utilizzati. Come riporta Bezzecchi: “si è creato così un cortocircuito: una miscela, derivata da materie prime che possono venire da ovunque, che staziona per un minimo di appena 60 giorni nella zona d’origine [la provincia di Modena], diventa un prodotto del ‘made in Italy’ afferente all’elenco IGP e, come tale, può godere di tutti i superpoteri e le prerogative (di promozione e tutela) che l’Unione Europea può offrire”. Andrea BEZZECCHI, “E se il primo errore fosse chiamarlo aceto?” in Michele Antonio FINO, Anna Claudia CECCONI, *Gastronazionalismo*, Busto Arsizio, People, 2021, p. 211.

Il collegamento con gli stereotipi alimentari analizzati in precedenza risiede proprio in questo punto: la cucina cinese presentata per luoghi comuni si configura come una “anti-cucina italiana”, un’alterità subalterna da sfruttare per costruire in opposizione l’identità (culinaria e non) della Nazione. Si può affermare che il binomio cucina asiatica vs cucina italiana risponda proprio a quel processo orientalista “di definizione e di inferiorizzazione [...] delle persone e culture subalterne [...] da parte dei Paesi egemoni euro-americani in epoca moderna, per poter pensare per contrasto la propria identità come ‘Occidente’” (Miyake 2014, p. 32). In altre parole, l’efficacia e la diffusione degli stereotipi sulla cucina cinese sono interpretabili come un segno della necessità di delineare un nucleo puro di italianità che permetta di affrontare “l’incertezza di un futuro individualizzato” (Fino e Cecconi 2021, p. 68) e una presunta minaccia verso la propria identità. Il discorso degradante sulla cucina cinese può essere letto quindi come una risposta alla presenza sempre più visibile della comunità cinese in Italia:

With the opening of the restaurants Chinese do not show themselves as an invisible immigration, such as appears in the discourses and racist stereotypes, and their activities are neither submissive nor menial. What emerges is a fear of Chinese not because they are different, but because they are not different enough. (Mudu 2007, p. 207)

Ciò che viene ottenuto da questi stereotipi è proprio la demarcazione netta della comunità cinese attraverso il cibo, creando un’identità subalterna e razzializzata che sia in totale opposizione alla tradizione gastronomica nazionale. È in questo modo che si afferma e si naturalizza il contrasto tra cucina italiana e cucina cinese, declinato nei binomi di prelibatezza contro scarsa appetibilità, salubrità contro insalubrità, igiene contro sporcizia ecc. Quello che emerge è quindi la riproposizione della più ampia antitesi orientalista identificata in precedenza che eguaglia “Occidente” con progresso e razionalità e “Oriente” con arretratezza e irrazionalità (Miyake 2014). Queste opposizioni si traslano in ultima analisi sul piano etnico/culturale con forti effetti razzializzanti: se è vero che la disumanizzazione passa

anche attraverso abitudini alimentari completamente diverse (Porciani 2019), i Cinesi diventano allora “bipedi” sporchi per natura, crudeli e ingordi. Questo pregiudizio sarebbe corroborato proprio dalle abitudini alimentari che emergono dagli stereotipi finora descritti, in fondo “li abbiamo visti tutti mangiare i topi vivi o altre robe del genere”.⁶³

Riassumendo, il gastronazionalismo si presenta come un insieme di politiche identitarie volte a fissare sentimenti nazionalisti attraverso il potere simbolico associato al cibo; una pratica attraverso la quale le abitudini culinarie, cristallizzate in una geografia storica, diventano una prova concreta dell’unione inscindibile tra cultura e territorio. Il collegamento tra cibo e luogo d’origine è però tutt’altro che immediato: come afferma Laura Fiore, perché questo legame venga naturalizzato è necessario che il cibo venga innanzitutto “claimed as exclusive in origin to a particular place and local culinary tradition, and second, the claim needs to be upheld by an official institute”. Il discorso gastronazionalista trova quindi espressione in categorie giuridiche (le denominazioni d’origine) e in rivendicazioni identitarie. Questa costruzione diventa uno dei principali fattori del radicamento degli stereotipi relativi alle abitudini alimentari delle comunità straniere. La ricerca di identità che passa attraverso la feticizzazione della storia e della geografia gastronomica del Paese si trasforma in rovescio della medaglia e condizione stessa di esistenza degli stereotipi culinari verso il cibo cinese (e non solo). Il gastronazionalismo, declinando sul piano culinario il binomio orientalista che vede “Occidente”/modernità vs “Oriente”/arretratezza, naturalizza l’opposizione tra cucina cinese e cucina italiana con effetti degradanti e discriminatori.

4.3 Displacement

Come inserire allora all’interno di questo quadro la rappresentazione tendenzialmente positiva nei confronti di un’altra cucina “orientale”, quella giapponese? Per cercare di analizzare il fenomeno può risultare utile approfondire il concetto di *displacement*: il termine, come affermano Cook e Crang in *The World On a Plate: Culinary Culture, Displacement and Geographical Knowledges*, “evoke[s] a sense of a geographical world where cultural lives and economic processes are characterized not only by the point in space where they take and make

⁶³ Riferimento all’intervista del governatore della regione Veneto Luca Zaia citata al capitolo 3.4.

place, but also by the movements to, from and between these points” (Cook e Craig 1996, p. 138). Nel contesto alimentare questo si traduce nell’importanza del contesto locale in cui si svolgono le pratiche di consumo; tale contesto viene definito da una rete di connessioni più ampie attraverso cui il consumatore può definirsi e posizionarsi socialmente attraverso discorsi sull’origine. In altre parole, considerando il cibo in termini di *displacement*:

Emphasis is laid on an extroverted sense of place in which boundaries are seen as contestable and contested social constructions and where any here/us is constituted through its connections into the there/them. Thus [...] placings of foods are active social constructions. (*Ibidem*, p. 139)

Nel cibo si intersecano quindi tre diverse geografie: quella locale del consumo, quella globale composta dalle strutture che permettono il passaggio di merci e conoscenza e quella immaginata relativa ai materiali che viaggiano in queste reti di scambi (*Ibidem*). Spostandosi su questi binari, il cibo diventa catalizzatore dell’ideologia occidentalista che permea le categorie geografiche globali. In questo processo l’idea stessa di cucina asiatica assume un preciso valore geografico e culturale contribuendo a fissare la categoria di “Oriente” (Cinotto 2006). Allo stesso tempo, la conoscenza geografico-culturale essenzializzata che deriva dal processo di *displacement* permette di comprendere il successo della cucina cinese e giapponese in Italia descritto nel secondo capitolo: il fascino dell’“Oriente” diventa un’etichetta in grado di attrarre il consumatore e, come forma di *ethnicity*, “becomes spice, seasoning, that can liven up the dull dish that is mainstream white culture” (Cook e Crang 1996, p. 144). Anche il cosmopolitismo gastronomico, che in apparenza sembra presentarsi come apprezzamento di culture differenti, rischia di mantenere aspetti problematici legati allo sguardo eurocentrico insito nelle categorie essenzializzanti di cui si compone. Usando l’efficace spiegazione che Krishnendu fa delle parole di Ghassan Page:

gastronomic cosmopolitanism, fuses “notions of diversity with notions of classiness, sophistication and international distinction” (1997: 119). Such a cuisine is elaborated

by a community of producers, consumers, and interpreters, where a “whole set of internationally sanctioned and largely implicit rules of production and consumption begin to operate as a form of symbolic violence, setting the parameters of acceptable creativity” (1997: 123–4) [...]. Gastronomic cosmopolitanism *may* appear to have a positive antiracist message but it continues to be “deeply Anglo-centric in positioning Anglo subjects in the role of appreciators enriched by what are constructed as ethnic objects with no *raison d’être* other than to enrich the Anglo-subject” (1997: 136). (Krishnendu 2016, p. 7)

Per riassumere, l’apprezzamento e la demonizzazione della cucina “orientale” possono essere interpretati come due facce della stessa medaglia: la condizione d’esistenza di fondo per entrambe risiede nella geografia immaginata che si fissa —attraverso il processo di *displacement* che coinvolge il cibo— in categorie orientaliste. Le culture culinarie di Cina e Giappone (così come immaginate in Italia) si posizionano quindi su due estremi diventando simbolo di un “Oriente” esotico e affascinante da una parte e di una pericolosa essenza “anti-italiana” dall’altra. Usando ancora una volta le parole di Cook e Crang, è bene ricordare che:

Foods do not simply come from places, organically growing out of them, but also make places as symbolic constructs, being deployed in the discursive construction of various imaginative geographies. The differentiation of foods through their geographies is an active intervention in their cultural geographies rather than the passive recording of absolute cultural geographic differences. (*Ibidem*, p. 140)

Concludendo, è necessario evidenziare come le conoscenze alimentari e geografiche essenzializzate catalizzate dai processi di *displacement* vadano considerate nella loro connessione con una precisa realtà economica e culturale: il discorso in merito al cibo si alimenta e alimenta a sua volta le già radicate costruzioni orientaliste. In altre parole, per comprendere il successo della cucina giapponese non si può fare riferimento a una generica fascinazione per un’oriente misterioso e lontano, a un’assimilazione passiva della cucina

giapponese da parte dell’“Occidente”; questa prospettiva rappresenta solo uno dei vari volti dello sfaccettato discorso orientalista. I fattori da considerare —alcuni dei quali già accennati in precedenza— sono diversi e concorrono ugualmente alla costruzione di un immaginario collettivo della cucina giapponese nel nostro Paese:

- 1) Ricettività da parte del pubblico italiano verso la cultura giapponese che si manifesta già a partire dagli anni Settanta con una forte importazione di prodotti dell’industria culturale giapponese (Miyake 2018)
- 2) Capacità del *washoku* di corroborare il discorso orientalista che vede nel popolo giapponese una certa spiritualità estetica e un rapporto quasi mistico con la natura (rafforzando quindi la categoria già diffusa di Giappone come casa di tradizioni antiche, misteriose e difficilmente comprensibili per l’occhio italiano, fonte di ammirazione e stupore)
- 3) Portata ridotta dei fenomeni migratori giapponesi verso l’Italia e comunità composta principalmente da una classe di lavoratori specializzati che porta il giapponese a essere percepito come “estraneo” e non “alieno” a differenza della propria controparte cinese.
- 4) Efficace opera di national branding da parte del governo giapponese anche dal punto di vista alimentare attraverso la strategia del *Cool Japan*.

4.4 Gastrodiplomazia e auto-orientalismo

Come si è cercato di spiegare nel precedente capitolo, il successo di una determinata rappresentazione non è determinato solamente da un controllo esercitato su un oggetto passivo: quando si parla di orientalismo si parla di una forma di egemonia, e in quanto tale il suo radicamento risulta tanto più profondo quanto più la parte subordinata diventa partecipe dello stesso discorso essenzializzante. L’egemonia dell’orientalismo si manifesta quindi anche in forme di auto-orientalismo dei paesi subordinati, vale a dire nell’accettazione attiva delle categorie identitarie di “Oriente” e “Occidente” e dei paradigmi connessi (modernità/tradizione, razionalità/irrazionalità ecc.) finendo per “guardare sé stessi come ‘Oriente’ attraverso lo sguardo eurocentrico” (Miyake 2014, p. 36).

Lo stimolo all'assimilazione della grammatica orientalista sta nella possibilità di poter definire in maniera positiva e gratificante la propria identità attraverso le stesse categorie essenzialiste eurocentriche. In Giappone questo si manifesta nella teoria detta *nihonjinron*, un discorso nazionalista che cerca di individuare un'essenza giapponese nell'uguaglianza di etnia, cultura e nazionalità (Sugimoto 1999). Il *nihonjinron* si configura come una sorta di prospettiva rovesciata dell'occidentalismo euro-americano, cercando di delineare l'unicità del carattere giapponese in categorie essenzializzate opposte a un'alterità "occidentale"; l'enfasi viene posta su tradizione, armonia sociale, spiritualità ecc. attuando un ribaltamento dei valori a queste associati (Miyake 2014). Il *nihonjinron* e la definizione di un'essenza giapponese diventano due aspetti fondamentali nelle operazioni di *nation branding* che rientrano sotto la nozione di Cool Japan, una strategia di esercizio di *soft power* attraverso la massiccia esportazione di prodotti culturali:

In an effort to respond to the significant decline in the international competitiveness of Japanese industry, the Japanese government introduced in 2002 a new national policy that focuses on intangible intellectual property in the form of innovative and creative products, spearheaded by Japanese media content such as anime, manga and game software [...]. Once the policy was effectively developed [...] the need to create and reinforce a new and attractive 'Japan Brand' —one that resonates with the emerging global image of Cool Japan (*kakkoii Nihon*)— in order to increase global demand for Japanese products overseas and to use as a resource of symbolic power for introducing pro-Japanese sentiments especially in Asia, became a strategy on its own. (Daliot-Bul 2009, pp. 247-248)

All'interno di questa cornice si inserisce anche un'importante opera di promozione della cucina "tradizionale" giapponese, un elemento fondamentale all'interno del processo di *branding* del Paese. L'insieme di politiche diplomatiche mirate alla promozione di una cucina nazionale presso un pubblico straniero può essere raggruppato sotto il nome di gastrodiplomazia (Cwierka 2018). Questo genere di diplomazia richiede necessariamente

come oggetto una cucina nazionale, collegandosi strettamente al concetto di gastronazionalismo e diventando quindi sia un metodo per rafforzare l'idea di nazione attraverso un'unità espressa da comuni tradizioni culinarie, sia un efficace mezzo per la crescita commerciale del settore alimentare nazionale in un mercato estero. L'attenzione del governo giapponese per il settore alimentare come mezzo di espansione economica del paese e di esercizio di *soft power* emerge chiaramente dalle parole di Takaaki Umezawa, membro del Consiglio per la promozione della strategia Cool Japan (*Kūru Japan Senryaku Suishin Kaigi*):⁶⁴

Da anni ormai manga, anime e videogiochi godono di un grande successo. Negli ultimi dieci anni però anche la popolarità della cucina giapponese è cresciuta incredibilmente. Stando a un rapporto del Ministero dell'Agricoltura della Silvicoltura e della Pesca⁶⁵, nel 2006 all'estero erano presenti circa 21.000 ristoranti di cucina giapponese, nel 2019 erano 156.000, 6,5 volte di più. All'estero ora si può godere di una miriade di prodotti della cucina giapponese: *sushi*, *rāmen*, *yakitori*, *gyūdon*... Ciononostante, la grande maggioranza dei gestori di questi locali non sono giapponesi.

⁶⁴ Organo governativo fondato nel 2015 con l'obiettivo di "riunire tutte le politiche attinenti al Cool Japan nel loro complesso e, concentrandosi sul periodo precedente e successivo alle Olimpiadi e Paraolimpiadi di Tōkyō, contribuire alla stesura di *business plan* per 'arricchire' il nostro Paese". Il testo originale giapponese è il seguente: "クールジャパンに関連する政策全体を生態系として捉え、オリンピック・パラリンピック東京大会までの期間とその後を見据えて、我が国として「稼ぐ」ためのビジネスプランの策定に資する" e il documento completo relativo alla formazione dell'organo può essere consultato al seguente indirizzo https://www.cao.go.jp/cool_japan/kaigi/senryakusuishin/pdf/konkyo.pdf, ultimo accesso 21/08/2022.

⁶⁵ D'ora in avanti abbreviato in MAFF, acronimo della denominazione inglese Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries.

Questo indica come la cucina giapponese oggi rappresenti un'incredibile opportunità di business anche per chi non è giapponese.⁶⁶

Il coronamento della gastrodiplomazia giapponese è senza dubbio il riconoscimento del *washoku* come patrimonio culturale immateriale da parte dell'UNESCO avvenuto nel 2013. La definizione riportata dall'UNESCO recita quanto segue:

Washoku is a social practice based on a set of skills, knowledge, practice and traditions related to the production, processing, preparation and consumption of food. It is associated with an essential spirit of respect for nature that is closely related to the sustainable use of natural resources. [...] The practice favours the consumption of various natural, locally sourced ingredients such as rice, fish, vegetables and edible wild plants. The basic knowledge and skills related to Washoku, such as the proper seasoning of home cooking, are passed down in the home at shared mealtimes.⁶⁷

La definizione è accompagnata da una serie di immagini che ben riassumono le caratteristiche di questa cucina, evidenziando l'importanza della stagionalità, della convivialità (fig. 15) e il ruolo della famiglia nella trasmissione di questo patrimonio (fig. 16).⁶⁸ Un'efficacissima idea dell'immagine che le politiche di gastrodiplomazia giapponesi cercano di dare della cucina nazionale può essere ricavata anche dall'analisi del padiglione del

⁶⁶ Traduzione dal giapponese all'italiano dell'autore. Originale giapponese: “以前からマンガ、アニメ、ゲームは人気でしたが、過去10年で日本食の人気が非常に高まりました。農林水産省の調査によると2006年に約2万千店だった海外の日本食レストランは、2019年には約15万6千店と6.5倍になりました。寿司、ラーメン、焼き鳥、牛丼など、多様な日本食を海外で楽しめるようになりました。しかも、そうしたレストランの経営者の大半は日本人ではありません。つまり、日本人以外の人から見ても、日本食はビジネス上の優良なコンテンツと評価されているのです”。 Il testo completo dell'intervista è consultabile al seguente indirizzo https://www.gov-online.go.jp/eng/publicity/book/hlj/html/202006/202006_01_jp.html, ultimo accesso 21/08/2022.

⁶⁷ La pagina UNESCO dedicata al *washoku* è consultabile al seguente indirizzo <https://ich.unesco.org/en/RL/washoku-traditional-dietary-cultures-of-the-japanese-notably-for-the-celebration-of-new-year-00869>, ultimo accesso 21/08/2022.

⁶⁸ Le immagini sono tratte dalla pagina UNESCO dedicata al *washoku* citata nella precedente nota.



Fig. 15 Due immagini della voce *washoku* dal sito Unesco. Le didascalie originali recitano rispettivamente: “A series of dishes used various ingredients at its best season in spring. In order to represent the season’s enjoyment. For example, spring is the best season for sea bream used in sashimi” e “Washoku in community: community members share traditional meals together and foster their cohesion”.



Fig. 16 Due immagini dalla voce *washoku* dal sito Unesco. Le didascalie originali recitano: “A family is saying ‘Itadaki-masu (I am gratefully accepting)’ before Washoku meal at home”

Giappone allestito in occasione dell’Expo Milano 2015. Come tema centrale per l’esposizione universale venne scelto quello dell’alimentazione, riassunto nello slogan “Nutrire il Pianeta, Energia per la Vita!”. Il Giappone declinò queste direttive concentrandosi sul tema della “diversità armoniosa”, cercando di “contribuire alla risoluzione di problemi globali attraverso la tecnica e la saggezza infuse nella cucina giapponese, nella cultura gastronomica e nelle

varie iniziative che riguardano l'industria agroalimentare del Paese".⁶⁹ Il padiglione fu diviso in sei scene i cui temi sono accuratamente riassunti all'interno della pagina web del MAFF:

- 1) HARMONY avvicinarsi alla natura, le diverse ricchezze della terra della cucina giapponese.
- 2) DIVERSITY agricoltura e cucina giapponese, la diversità della cultura culinaria, un'espansione ulteriore.
- 3) LEGACY lo sguardo al futuro di saggezza e tecnica tradizionali, la cucina del Giappone come 'cucina del futuro'.
- 4) INNOVATION la 'soluzione creativa del Giappone' per affrontare in maniera originale i problemi globali.
- 5) COOL JAPAN DESIGN GALLERY&JAPAN SHOW CASE tradizione e innovazione, il fascino del Cool Japan.
- 6) LIVE PERFORMANCE THEATER il pensiero a partire dalla tavola, la cucina giapponese come 'cucina globale' per unire il mondo.⁷⁰

Il visitatore veniva quindi accompagnato in un percorso interattivo e multimediale che si snodava tra stampe rappresentati le quattro stagioni, riproduzione di un'immaginaria risaia attraverso la tecnologia del *projection mapping*, una "cascata della diversità" (installazione

⁶⁹ Traduzione dal giapponese all'italiano dell'autore. Originale giapponese: “日本館では、「Harmonious Diversityー共存する多様性ー」をテーマに、日本の農林水産業や食を取り巻く様々な取組、日本食・食文化に詰め込まれた様々な知恵と技が、人類共通の課題解決に貢献していくことをアピールしました”。Testo consultabile all'indirizzo https://www.maff.go.jp/j/wpaper/w_maff/h27/h27_h/trend/part1/chap1/c1_0_02_2.html, ultimo accesso 22/08/2022.

⁷⁰ Traduzione dal giapponese all'italiano dell'autore. Originale giapponese: “HARMONY自然と寄り添い、多様な恵みを育む日本の食の産地 [...] DIVERSITY日本の農と食、食文化の多様性、さらなる拡がり [...] LEGACY未来につながる伝統の知恵と技 日本食は「未来食」 [...] INNOVATION 地球的課題に対し独創的に取り組む「日本クリエイティブ・ソリューション」 [...] COOL JAPAN DESIGN GALLERY&JAPAN SHOW CASE 伝統と革新がもたらす、魅惑のクールジャパン [...] LIVE PERFORMANCE THEATER 食卓から始まる人びとの想い、絆 日本食は世界をつなぐ「地球食」”。Testo consultabile all'indirizzo https://www.maff.go.jp/j/pr/aff/1503/mf_news_01.html, ultimo accesso 22/08/2022.



Fig. 17 Interni del padiglione del Giappone all'Expo Milano 2015. Usando i nomi delle sale riportati dal MAFF, le scene sono da sinistra a destra: nella prima riga *harmony*, *legacy* e *diversity*; nella seconda riga *innovation* e *prologue*; nell'ultima riga *live performance theatre*

attraverso la quale ottenere informazioni su cultura alimentare e agricoltura giapponese) e riproduzioni di cibo giapponese (Cantoni 2015) (fig. 17).⁷¹ Le caratteristiche che emergono della cucina giapponese sono quelle già accennate in precedenza; tornano con insistenza temi come: un rapporto quasi mistico con la natura che si manifesta nel rispetto per la biodiversità, l'attaccamento a un'antica tradizione che si unisce a innovazione e a uno sguardo verso il futuro, la ricchezza e la diversità delle usanze alimentari del paese, il senso di comunità che emerge da espressioni come *itadakimasu* e *gochisōsama*.⁷²

Come evidenzia Cwierka, l'idea di una "cucina giapponese" —unitaria, ancorata in un'immutabile tradizione e legata allo spirito giapponese, traducibile in un'estetica *zen* e in un

⁷¹ Le foto sono tratte dalla pagina g-mark.org, che si occupa dell'assegnazione del Good Design Award. Il padiglione Giappone è risultato vincitore del premio nel 2016, <https://www.g-mark.org/award/describe/44333>, ultimo accesso 13/09/2022.

⁷² L'ultima sala del padiglione prevedeva una performance live incentrata proprio sulla spiegazione di questi termini. Per un'approfondimento sul contenuto delle singole sale si rimanda alla pagina del MAFF dedicata: https://www.maff.go.jp/j/pr/aff/1503/mf_news_01.html, ultimo accesso 22/08/2022.

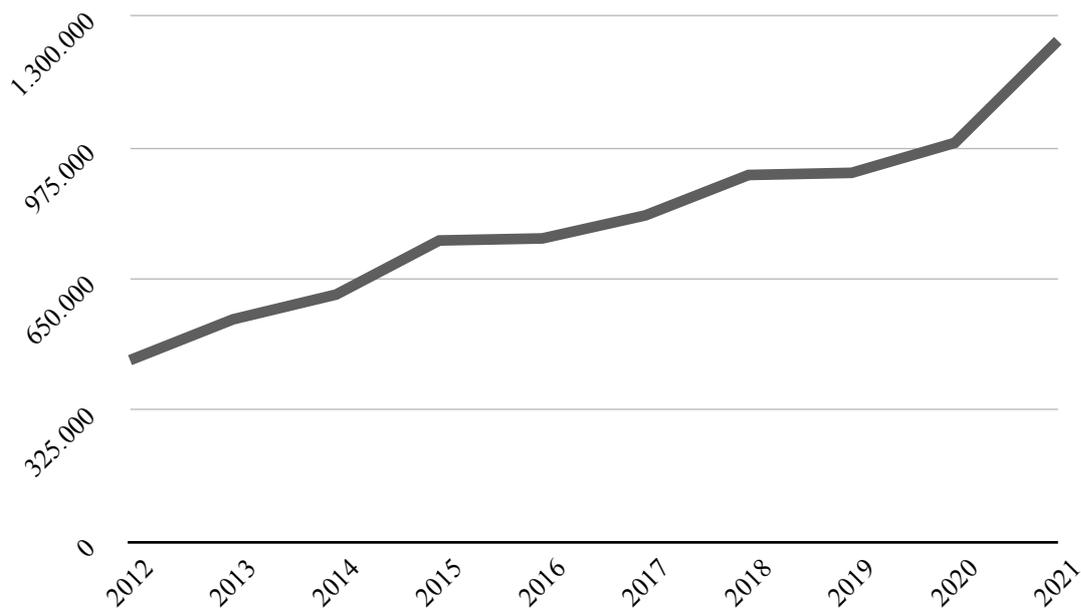


Fig. 18 Valore delle esportazioni di prodotti agricoli, alimentari, ittici e derivanti dall'industria della silvicoltura in Giappone in milioni di yen

rapporto armonioso con gli ingredienti e la natura— è una costruzione moderna che nasce in risposta alla diffusione della cucina “occidentale” nel Giappone del XX secolo (Cwierka 2006) e che risponde ancora una volta alle categorie essenzializzanti del discorso orientalista (e auto-orientalista). Il guadagno derivante dall'adozione di queste categorie tuttavia è duplice: da una parte permette di stimolare un attaccamento emotivo/nazionalista verso il cibo, rafforzando e naturalizzando quell'uguaglianza (alla base del *nihonjinron* e, più in generale di ogni discorso nazionalista) tra nazionalità, cultura (leggasi cibo) e etnia; dall'altra permette di sfruttare questo processo auto-orientalista nello sviluppo economico del Paese nei mercati esteri. L'accresciuto interesse per la cucina giapponese negli anni emerge chiaramente dai dati sull'export alimentare del Paese forniti dal MAFF: l'esportazione di prodotti agricoli, alimentari, ittici e derivati dall'industria della silvicoltura è in costante crescita dal 2012, toccando un record di 1.238 miliardi di yen nel 2021 e segnando un aumento del 13,1% rispetto all'anno precedente (fig. 18).⁷³

⁷³ I dati provengono dal report del MAFF “*Nōrinsuisanbutsu shokuhin no yushutsugaku (Reiwa yonen rokugatsu)* (Valore delle esportazioni di prodotti agricoli, della silvicoltura, ittici e alimentari (giugno 2022))” consultabile al seguente indirizzo https://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/e_info/attach/pdf/zisseki-35.pdf, ultimo accesso 21/08/2022.

Diverso è invece l'approccio della Cina alla promozione del proprio patrimonio gastronomico. Prima di addentrarsi in questo tema è necessaria una premessa. A differenza di quanto accade per la controparte giapponese, trattazioni sistematiche sulla percezione della cucina cinese tendono spesso a concentrarsi su aspetti migratori, di discriminazione e imprenditorialità, tralasciando il tema della *cultural governance* e la relativa promozione del patrimonio gastronomico (Roberts 2002; Coe 2009). Questa tendenza riflette in parte la scarsa partecipazione del governo centrale nel riconoscimento della cucina cinese come patrimonio intangibile (Demgenski 2020). È innegabile tuttavia che anche la Cina, in tempi recenti, abbia compreso il ruolo fondamentale dei patrimoni intangibili (e quindi anche della cucina) nell'esercizio di *soft power* a livello globale (Silverman e Blumenfield 2013). Senza nessuna pretesa di esaustività, si cercherà quindi di fornire una breve panoramica per poter inquadrare l'importanza del cibo nelle politiche identitarie della Repubblica Popolare Cinese attraverso la letteratura in lingua inglese relativa al tema.

Allontanandosi dalla distruzione del patrimonio artistico della Rivoluzione culturale, è solo nel 1985 che la Cina si unirà alla World Heritage Convention dell'UNESCO (stilata originariamente nel 1972). Nonostante questo iniziale ritardo nel recepire la cultura come strumento di *governance*, oggi il Paese sembra aver compreso l'importanza fondamentale del patrimonio culturale come stimolo economico, mezzo di coesione nazionale e strumento per l'esercizio di *soft power* (*Ibidem*). In anni recenti, la Cina si è dimostrata estremamente attiva nel promuovere un riconoscimento del proprio patrimonio artistico-culturale: dal 2006 viene celebrato il Giorno del patrimonio culturale (*Ibidem*) e ad oggi il Paese vanta 56 siti registrati nella lista dei patrimoni dell'umanità dell'UNESCO, piazzandosi al secondo posto per numero di siti riconosciuti dopo l'Italia.⁷⁴ A partire dal 2003 la Cina si è subito dimostrata attiva anche nella promozione del proprio patrimonio culturale intangibile: il Paese ha da subito ratificato la Convenzione per la Salvaguardia del Patrimonio Culturale Intangibile e oggi è al primo posto per numero di pratiche riconosciute dall'UNESCO (42), seguita da

⁷⁴ L'Italia conta 58 siti registrati. Una lista completa dei patrimoni mondiali può essere consultata al seguente indirizzo <https://whc.unesco.org/en/list/>, ultimo accesso 22/08/2022.

Francia (23) e da Giappone (22).⁷⁵ A differenza tuttavia degli altri Paesi sul podio nelle cui liste si trova un riconoscimento della cucina nazionale,⁷⁶ il grande assente nella lista cinese è proprio la gastronomia. Secondo quanto afferma Demgenski, il mancato riconoscimento sarebbe il risultato di un rapporto costi/benefici svantaggioso:

The Ministry of Culture and Tourism's lack of support for a food nomination can be regarded as a result of a simple cost-benefit analysis. "We only have such a limited quota, we need to make sure that our nominations are accepted." This is what an ICH (N.d.R. *Intangible Culturale Heritage*) official conveyed to me. (Demgenski 2020, p. 126)

Questo non vuol certo dire che non siano mancati tentativi di iscrizione e che l'opinione pubblica in Cina manchi di interesse verso il tema. Una delle voci più attive in questo senso è quella della China Cuisine Association (CCA), un'associazione fondata nel 1987 ancora oggi attiva nel campo della ristorazione con attività di informazione, ricerca e tutela del consumatore. Nel 2011 e nel 2014 la CCA si è fatta promotore di due candidature (entrambe respinte) presso l'UNESCO per il riconoscimento della cucina cinese come patrimonio intangibile, cercando di perorare la propria causa anche organizzando diversi banchetti per gli ufficiali UNESCO in visita in Cina (Demgenski 2020). Anche a livello governativo non si può certo dire che sia assente un riconoscimento della cucina come patrimonio: nella lista nazionale di beni intangibili sono riconosciuti specifici ingredienti, tecniche di cottura, e cucine regionali per un totale di oltre sessanta elementi collegati al cibo (*Ibidem*).

⁷⁵ La lista completa dei patrimoni culturali intangibili riconosciuti dall'UNESCO può essere consultata al seguente indirizzo <https://ich.unesco.org/en/state/china-CN?info=elements-on-the-lists>, ultimo accesso 23/08/2022.

⁷⁶ Come descritto in precedenza il Giappone ha ottenuto il riconoscimento del *washoku* nel 2013 mentre la Francia ha visto riconosciuto il "gastronomic meal of the French" già nel 2010. I riconoscimenti di usanze alimentari non si limitano tuttavia a questi paesi; nella lista UNESCO vengono riconosciuti anche l'arte del pizzaiuolo napoletano, la produzione del kimchi, la cucina tradizionale messicana e la dieta mediterranea.

Come riconosce lo stesso Demgenski, la pressione per il riconoscimento della cucina cinese da parte dell'opinione pubblica e di attori influenti come la CCA ha contribuito a modificare la posizione del Governo, sempre più impegnato negli ultimi anni per un possibile riconoscimento a livello internazionale (*Ibidem*). Anche in questo caso, è significativa la partecipazione della Cina all'Expo 2015 di Milano. Il padiglione della Cina, il secondo più grande di tutta l'esposizione con una superficie di 4.590 metri quadrati, venne strutturato riflettendo sulla tripartizione cielo/uomo/terra cercando di trasmettere da una parte la necessità di una convivenza armoniosa con la natura (riflessa dalla grande varietà della cucina cinese) e dall'altra la necessità di un importante sviluppo tecnologico per far fronte alla sfida —non solo cinese— di nutrire una popolazione in continua crescita. Questi concetti sono rimarcati dalle parole del presidente Xi Jinping nel discorso pronunciato per l'apertura del padiglione:

The Milan Expo is about agriculture and food. Such a theme concerns the survival and development of every human being and is therefore of great significance. The Chinese people have always believed that food is of top priority. China is the largest developing country in the world. Nothing is more important than feeding its over 1.3 billion population. Through our own efforts over the years, we have successfully fulfilled this mission and laid an important foundation for China's development. Here in the China Pavilion, you will get a glimpse of our ancient agricultural civilization, the exciting progress of science and technology and the great diversity of Chinese cuisine. All these are important components of the Chinese civilization.⁷⁷

Per concludere, pur con un ritardo rispetto al Giappone, anche la Cina si sta muovendo nella direzione di una patrimonializzazione della propria cucina in quel processo che vede nella cultura “tradizionale” un mezzo per promuovere l'unità nazionale e per stimolare l'economia regionale (Silverman e Blumenfield 2013).

⁷⁷ L'intervento completo è riportato alla pagina ufficiale del padiglione cinese per l'Expo 2015 al seguente indirizzo http://en.expochina2015.org/2015-05/02/c_2554.htm, ultimo accesso 23/08/2022.

5. Conclusioni

Con il presente elaborato si è cercato di tracciare una panoramica della rappresentazione in Italia della cucina cinese e giapponese. Questa analisi è stata inserita nel solco degli studi culturali, utilizzando il concetto di orientalismo così come introdotto da Said per poter spiegare il radicamento di un certo tipo di rappresentazione. Introducendo quindi la categoria di *gastronazionalismo* si è cercato di evidenziare la specificità italiana di questo fenomeno, mostrando il profondo legame tra cucina e italianità che ancora oggi rappresenta un punto saldo nella costruzione della nostra identità. In altre parole, si è cercato di mostrare come la visione essenzialista della cucina “orientale” sia alimentata e allo stesso tempo alimenti un discorso nazionalista-identitario che ha come propria base il nesso tra nazione, cultura (vale a dire cucina) e popolo. Nell’ultima sezione infine si è mostrato come questo discorso, all’interno dell’egemonia orientalista eurocentrica, sia in realtà appropriato dagli stessi paesi che vengo subordinati in simili processi di *nation branding*.

Per riassumere i concetti chiave, può essere utile provare a rispondere alla domanda da cui è partita questa ricerca: in che modo la tavola e la sua rappresentazione influisce sulla percezione dell’Altro asiatico? Come si è cercato di evidenziare nel quarto capitolo, il cibo è un potente mezzo di identificazione: le abitudini alimentari parlano di noi e della nostra storia e, nella loro apparente neutralità, diventano un forte mezzo di caratterizzazione. Per questo motivo, la rappresentazione attraverso la cucina è un importante nodo nella naturalizzazione di determinate categorie razziali definendo dei precisi confini geografici, culturali e storici; nel caso dell’Altro asiatico, questo processo è condizionato dalle categorie dell’orientalismo eurocentrico delineate nel terzo capitolo. Questa considerazione ci aiuta nel trovare risposta al secondo interrogativo che ha animato l’elaborato: perché in Italia un certo tipo di rappresentazione della cucina “orientale” è tanto efficace? Le cause di questo radicamento muovono da due poli che si uniscono nella categoria di *gastronazionalismo*: da una parte abbiamo l’idea, diffusa nel nostro Paese più che in altri, che l’identità nazionale sia in stretto collegamento con una tradizione culinaria sacra e inviolabile; dall’altra abbiamo la diffusione di categorie orientaliste ambivalenti verso l’Altro asiatico che riflettono i rapporti di potere asimmetrici imposti dal colonialismo euro-americano. A questo proposito, si è cercato di

delineare la distinzione nella rappresentazione tra cucina cinese e giapponese riconducendola a una sostanziale differenza nella composizione (e di conseguenza nella percezione) delle due comunità in Italia: se da una parte infatti la comunità cinese è visibile, numerosa e attiva — dotata quindi di un potenziale sovversivo che è sintetizzato nell’etichetta di “alieno”— la comunità giapponese, poco presente sul territorio nazionale, può diventare oggetto di un processo di idealizzazione, rientrando invece nella categoria di “straniero”. Quindi, attingendo alla teoria bourdieuana del gusto, si è individuato un collegamento tra discorso classista, razzista e culinario. È in questo modo che si delinea quell’opposizione che vede una cucina cinese pesante, rozza e non salutare da una parte e una cucina giapponese elegante, raffinata e salubre dall’altra. L’efficacia di questa dicotomia risiede anche nella portata egemonica delle categorie orientaliste: come si è evidenziato nel quarto capitolo, il radicamento dell’immaginario appena descritto attorno al *washoku* non è solamente frutto di un processo unilaterale di definizione dell’Altro giapponese, ma anche di uno sforzo istituzionale di esercizio di *soft power* o di *gastrodiplomazia*, attraverso il *branding* della propria cultura culinaria e, quindi, nazionale.

Riassumendo, il mangiare è un atto tanto fondamentale quanto complesso; dietro e intorno alla semplice assunzione di calorie si nascondono discorsi identitari legati —in particolar modo nel caso delle cucine di comunità migranti— a questioni razziali e di classe. Ogni rappresentazione di pratiche alimentari altre si inserisce, più o meno esplicitamente, all’interno di questo intreccio di relazioni di potere. Di conseguenza, lo studio della rappresentazione (e dell’auto-rappresentazione) essenzializzante di cucina cinese e giapponese nel nostro Paese diventa un mezzo efficace per gettare luce su questo genere di discorso e scalfire l’immagine granitica che viene assegnata alla cucina (e di conseguenza al carattere) nazionale.

Cerchiamo quindi di rispondere sinteticamente all’ultima domanda che era stata formulata come base dell’elaborato: cosa ci dice questo fenomeno della nostra identità di italiani costruita attorno al cibo? *L’italiano* definito attraverso il cibo viene configurato come più vicino allo “straniero” giapponese e in opposizione all’“alieno” cinese: la nostra cucina è salutare, genuina, ricca, stagionale, diversa; la nostra cultura del mangiare si basa sull’essere

slow, sulla convivialità e la condivisione; noi siamo tutto il contrario rispetto alla crudeltà di un popolo che mangia qualsiasi cosa “corra, cammini, strisci, voli o nuoti” (Coe 2009, p.27), che banchetta anche di fronte alla morte di un caro, che si nutre di “graziosissimi cani che altrove sono apprezzati per la loro intelligenza e per la loro fedeltà” (Jacopetti, Cavara, Prospero 1962). Con un attaccamento quasi feticista alla tradizione, l'*italiano* viene (auto)rappresentato (anche e soprattutto in opposizione ad alterità come quella cinese) come custode di un'eredità intoccabile. Un'eredità legata a doppio filo alla “terra dei padri, non solo intesa come vincolo di appartenenza culturale ma anche come amore per la terra, il magnifico territorio che il buon Dio ci ha donato, che generazioni di italiani hanno difeso e che milioni di italiani rendono grande e fruttuoso ogni giorno” (Roscani 2021).

Concludendo, l'intento della seguente analisi non è certamente quello di negare la storia che caratterizza le usanze alimentari in Italia, in Cina o in Giappone. L'obiettivo è invece quello di cercare di mettere in discussione l'aurea di sacralità che si è formata attorno all'idea di cucina nazionale e riconoscerne la natura discorsiva. In altre parole, cercare di riconoscere e superare —almeno sulla tavola— quella rigida divisione in categorie geografiche fisse che viene naturalizzata anche attraverso il cibo dal discorso orientalista.

Bibliografia

ARDONINO, B. Giovanni et al., *La Cina: sviluppi interni, proiezione esterna. Parte V Il ruolo della minoranza cinese in Italia nelle relazioni italo-cinesi*, Osservatorio di Politica internazionale, 2020. Consultabile all'indirizzo <https://www.parlamento.it/application/xmanager/projects/parlamento/file/repository/affariinternazionali/osservatorio/approfondimenti/PI0163.pdf>, ultimo accesso 01/07/2022.

ARNESON, Krystin, "Representation through Documentary: A Post-Modern Assessment", *Artifacts Journal*, 6, 2012. Consultabile all'indirizzo <https://artifactsjournal.missouri.edu/2012/03/representation-through-documentary-a-post-modern-assessment/>, ultimo acceso 25/09/2022.

BARD, Solomon, "Tea and Opium", *Journal of the Hong Kong Branch of the Royal Asiatic Society*, 40, 2000, pp. 1-19.

BOURDIEU, Pierre, *La distinzione. Critica sociale del gusto*, Bologna, Il Mulino, 1983 (I ed. originale 1979).

BRESSAN, Nicoletta, *L'imprenditoria cinese in Italia. Due casi studio: la ristorazione cinese a Milano e il distretto del porfido a Trento* [tesi di dottorato], Università degli Studi di Trento, Trento, 2013.

CHAMBERLAIN, Basil Hall, *A Handbook for Travelers in Japan*, Londra, John Murray, 1901. Consultabile all'indirizzo <https://archive.org/details/handbookfortrav00cham/page/n13/mode/2up>, ultimo acceso 01/08/2022.

CINOTTO, Simone, "Il mondo nel piatto: globalizzazione e cucine nazionali tra passato e presente", *Quaderni storici*, 41, 3, 2006, pp. 609-638.

COE, Andrew, *Chop Suey: a Cultural History of Chinese Food in the United States*, Oxford University Press, 2009.

COLOGNA, Daniele, *Asia a Milano. Famiglie ambienti e lavori delle popolazioni asiatiche a Milano*, Milano, Abitare Segesta, 2003.

COOK, Ian e CRANG, Philip “The World On a Plate: Culinary Culture, Displacement and Geographical Knowledges”, *Journal of Material Culture*, 131, 1, 1996, p. 131-153.

CORONIL, Fernando, “Beyond Occidentalism: Toward Nonimperial Geohistorical Categories”, *Cultural Anthropology*, 11, 1, 1996, p. 51-87.

CWIERTKA, Katarzyna J., *Modern Japanese Cuisine. Food, Power and National Identity*, Londra, Reaction Books, 2006.

CWIERTKA, Katarzyna J., “Serving the Nation The Myth of Washoku” in Katarzyna J. Cwierotka e Ewa Machotka (a cura di), *Consuming Life in Post-Bubble Japan: A Transdisciplinary Perspective*, Amsterdam, Amsterdam University Press, 2018, pp. 89-106.

DALIOT-BUL, Michal, “Japan Brand Strategy: The Taming of 'Cool Japan' and the Challenges of Cultural Planning in a Postmodern Age”, *Social Science Japan Journal*, 12, 2, 2009, pp. 247-266.

DALLA GASSA, Marco, *Orient (to) Express. Film di viaggio, etno-grafie, teoria d'autore*, Milano/Udine, Mimesis, 2016.

DANFORD, Richard, GILL, Robin e REFF, Daniel, *The First European Description of Japan, 1585. A critical English-language edition of Striking Contrasts in the Customs of Europe and Japan by Luis Frois, S.J.*, Londra/New York, Routledge, 2014.

DEMEL, Walter, *Come i cinesi divennero gialli. Alle origini delle teorie razziali*, Milano, Vita e Pensiero, 1997.

DEMGENSKI, Philipp, “Culinary Tensions: Chinese Cuisine’s Rocky Road toward International Intangible Cultural Heritage Status”, *Asian Ethnology*, 79, 1, 2020, pp. 115-135.

DE SAUSSURE, Ferdinand, *Corso di linguistica generale*, Roma, Editori Laterza, 2005 (I ed. originale 1916).

DESOUCEY, Michaela, “Gastronationalism: Food Traditions and Authenticity Politics in the European Union”, *American Sociological Association*, 75, 3, 2010, pp. 432-455.

DI FIORE, Laura, “Heritage and food history”, in Ilaria Porciani (a cura di), *Food Heritage and Nationalism in Europe*, Londra, Routledge, 2019, pp. 35-50.

FANELLI, Rosa M. e DI NOCERA, Angela, “Customer perceptions of Japanese foods in Italy”, *Journal of Ethnic Foods*, 5, 2018, pp. 167-176.

FINO, Michele Antonio e CECCONI, Anna Claudia, *Gastronazionalismo*, Busto Arsizio, People, 2021.

FOUCAULT, Michel, *L’archeologia del sapere*, Milano, Rizzoli, 2005 (I ed. 1971).

GOODY, Jack, *Cooking, Cuisine and Class. A Study in Comparative Sociology*, Cambridge/New York, Cambridge University Press, 1996 (I ed. 1982).

HADDAD, John Rogers, *The Romance of China: Excursions to China in U.S. Culture: 1776-1876*, Columbia University Press, 2008. Consultato nella versione digitale all’indirizzo <http://www.gutenberg-e.org/haj01/frames/fhaj06.html>, ultimo accesso 31/7/2022.

HALL, Stuart, "The Work of Representation", in Stuart Hall (a cura di), *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, Londra, SAGE Publications, 1997, pp. 13-75.

HALL, Stuart, "The West and the Rest: Discourse and Power", in Stuart Hall e Bram Gieben (a cura di), *Formations of Modernity*, Cambridge, The Open University, 1992, pp. 185-227.

KAMP, Bernd Sebastian e HOFFMANN, Christian, *Covid Reference*, Steinhäuser Verlag, 2021.

KRISHNENDU, Ray, *The Ethnic Restaurateur*, New York, Bloomsbury Academic, 2016.

KWOK, Kim, "Chinese Migration and Settlement in Austria", *Vienna Journal of East Asian Studies*, 4, 2013, pp. 27-49.

LAZICH, Michael C., "American Missionaries and the Opium Trade in Nineteenth-Century China", *Journal of World History*, 17, 2, 2006, pp. 197-223.

LEE, Robert G., *Orientalism. Asian Americans in Popular Culture*, Philadelphia, Temple University Press, 1999.

LOMBROSO, Cesare, *L'uomo bianco e l'uomo di colore. Letture su l'origine e la varietà delle razze umane*, Firenze/Roma/Napoli, Fratelli Bocca, 1892 (I ed. 1871).

LYNE, Sandra, "Consuming Madame Chrysanthème: Loti's 'dolls' to *Shanghai Baby*", *Intersections: Gender, History and Culture in the Asian Context*, 8, 2002.

MASCARELLO, Giulia et al., "Ethnic Food Consumption in Italy: The Role of Food Neophobia and Openness to Different Cultures", *Foods*, 9, 112, 2020, pp. 1-13.

MASSEY, S. Douglas et al., “Theories of International Migration: A Review and Appraisal”, *Population and Development Review*, 19, 3, 1993, pp. 431-466.

MINGHUAN, Li, “‘To Get Rich Quickly in Europe!’ – Reflections on migration motivation in Wenzhou” in Frank N. Piece e Hein Malle (a cura di), *Internal and International Migration Chinese Perspectives*, New York, Routledge, 2013, pp. 181-199.

MINTZ, Sidney, *Tasting Food, Tasting Freedom Excursion into Eating, Culture, and the Past*, Boston, Beacon Press, 1996.

MIYAKE, Toshio, “‘Cin ciun cian’ (ching chong): Yellowness and neo-orientalism in Italy at the time of COVID-19”, *Philosophy and Social Criticism*, 47, 4, 2021, pp. 486-511.

MIYAKE, Toshio, “Il boom dell’Italia in Giappone: riflessioni critiche su Occidentalismo e Italianismo”, *Between*, 1, 1, 2011, pp. 1-17.

MIYAKE, Toshio, “Il Giappone *made in Italy*. Civiltà, nazione, razza nell’orientalismo italiano”, in Matteo Cestari et al. (a cura di), *Orizzonti giapponesi. Ricerche, idee, prospettive*, Roma, Aracne, 2018, pp. 607-627.

MIYAKE, Toshio, *Mostri del Giappone. Narrative, figure, egemonie della dis-locazione identitaria*, Venezia, Edizioni Ca’ Foscari, 2014.

MUDU, Pierpaolo, “The people’s food: the ingredients of “ethnic” hierarchies and the development of Chinese restaurants in Rome”, *GeoJournal*, 68, 2/3, 2007, pp. 195-210.

NGAI, Mae M., “The Architecture of Race in American Immigration Law: A Reexamination of the Immigration Act of 1924”, *The Journal of American History*, 86, 1, 1999, pp. 67-92.

POLO, Marco, *Il Milione*, Milano, Adelphi, 1975.

PORCIANI, Iliaria, “Food Heritage and Nationalism in Europe” in Iliaria Porciani (a cura di), *Food Heritage and Nationalism in Europe*, Londra, Routledge, 2019, pp. 3-32.

PREVITALI, Giuseppe, *Morte in diretta. Spettacolarizzazione e uso politico di un tabù visivo* [tesi di dottorato], Bergamo, Università degli Studi di Bergamo, 2018.

REVELANT, Andrea, *Il Giappone moderno dall'Ottocento al 1945*, Torino, Einaudi, 2018.

ROBERTS, John G. A., *China to Chinatown Chinese Food in the West*, Londra, Reaction Books, 2002.

ROSEN, Alan, “Lafcadio Hearn and the Problem of Japanese Food”, *Kumamoto Daigaku Eigo Eibungaku*, 41, 1998, pp. 19-29.

RUSSO, Albino, *Rapporto Coop 2015 Consumi e distribuzione*, Roma, Agra Editrice, 2015.

RUSSO, Albino, *Rapporto Coop 2021 Economia, consumi e stili di vita degli italiani di oggi e di domani*, Roma, Agra Editrice, 2021.

SAID, Edward W., *Orientalism*, New York, Vintage Books, 1979.

SAND, Jordan, “A Short History of MSG: Good Science, Bad Science, and Taste Cultures”, *Gastronomica*, 5, 4, 2005, pp. 38-49.

SANTOJANNI, Carla e GENOVESE, Stefania, *Il consumo dei cibi etnici in Italia*, SIMeVeP, 2016, p. 46, https://sivemp.it/wp/wp-content/uploads/2019/03/file_1487689639.pdf, ultimo accesso 10/07/2022.

SCHNEIDER, Stephen, “Good, Clean, Fair: The Rhetoric of the Slow Food Movement”, *College English*, 70, 4, 2008, pp. 384-402.

SILVERMAN, Helaine e BLUMENFIELD, Tami, “Cultural Heritage Politics in China: An Introduction”, in Helaine Silverman e Tami Blumenfield (a cura di), *Cultural Heritage Politics in China*, New York, Springer, 2013.

SONG, Qian e LIANG, Zai, “New Emigration from China: Patterns, Causes and Impacts”, *Dang Dai Zhongguo Yan Jiu*, 26, 1, 2019, pp. 5-31.

STORTI, Luca, “Formazione e forme dell'imprenditorialità immigrata”, *Stato e mercato*, 87, 3, 2009, pp. 327-355.

SUGIMOTO, Yoshio, “Making Sense of *Nihonjinron*”, *Thesis Eleven*, 57, 1, 1999, pp. 81-96.

TAMBURELLO, Adolfo, “La ripresa e lo sviluppo dei rapporti nel secondo Novecento”, in Adolfo Tamburello (a cura di), *Italia-Giappone 450 anni*, Roma/Napoli, Istituto Italiano per l’Africa e l’Oriente, 2003a.

TAMBURELLO, Adolfo, “L’apertura delle relazioni ufficiali”, in Adolfo Tamburello (a cura di), *Italia-Giappone 450 anni*, Roma/Napoli, Istituto Italiano per l’Africa e l’Oriente, 2003b.

VALIGNANO, Alessandro, *Il cerimoniale per i missionari del Giappone*, Roma, Edizioni di Storia e Letteratura, 1946.

ZANINI, Livio, “Non solo involtini primavera. Dinamiche dell’imprenditoria cinese nel settore della ristorazione” in Maurizio Rasera e Devi Sacchetto (a cura di), *Cinesi tra le maglie del lavoro*, Milano, FrancoAngeli, 2018, pp. 145-178.

Direzione Generale dell'immigrazione e delle politiche di integrazione del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, *La comunità cinese in Italia, Rapporto annuale sulla presenza dei migranti*, 2018, <https://integrazioneimmigranti.gov.it/AnteprimaPDF.aspx?id=3147>, ultimo accesso 05/07/2022.

Direzione Generale dell'immigrazione e delle politiche di integrazione del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, *La comunità cinese in Italia, Rapporto annuale sulla presenza dei migranti*, 2022, <https://integrazioneimmigranti.gov.it/AnteprimaPDF.aspx?id=3473>, ultimo accesso 10/07/2022.

Ministero degli Affari Esteri, *Kaigai zairyū hōjinsū chōsa tōkei* (Indagine statistica sui cittadini giapponesi residenti all'estero), 2022.

外務省、「海外在留数調査統計」、2022年.

Sitografia

BARTOLI, Claudia, “Gli 11 peggiori crimini contro la cucina italiana secondo lo chef di Youtube Vincenzo Proserpi”, *Agrodolce*, 6 aprile 2022, <https://www.agrodolce.it/news/11-peggiori-crimini-cucina-italiana/>, ultimo accesso 18/08/2022.

BETTIN, Serenella, “A tavola zampa d’orso o piede umano?”, *Il Giornale*, 15 gennaio 2017, <https://www.ilgiornale.it/news/politica/tavola-zampa-dorso-o-piede-umano-1351582.html>, ultimo accesso 08/08/2022.

BRESSANINI, Dario, *Miti culinari 3: la sindrome da ristorante cinese*, in “Le Scienze”, 2008, <https://bressanini-lescienze.blogautore.espresso.repubblica.it/2008/02/04/miti-culinari-3-la-sindrome-da-ristorante-cinese/>, ultimo accesso 09/08/2022.

CANTONI, Marta, “Com’è fatto il padiglione del Giappone di Expo”, *Il Post*, 15 maggio 2015, <https://www.ilpost.it/2015/05/15/padiglione-giappone-expo-2015/>, ultimo accesso 23/08/2022.

DE BAC, Margherita, “Il ‘virus asiatico’: un caso in Svizzera”, *Corriere della Sera*, 18 marzo 2003, https://archivio.corriere.it/Archivio/interface/view_preview.shtml#!/MjovZXMvaXQvcnNzZGF0aW1ldGhvZGUxL0AzMTI2Mw%3D%3D, ultimo accesso 14/07/2022.

FATUCCHI, Marzio, “Sars, certificati sanitari chiesti agli studenti cinesi”, *La Repubblica*, 5 giugno 2003, <https://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/2003/06/05/sars-certificati-sanitari-chiesti-agli-studenti-cinesi.html?ref=search>, ultimo accesso 15/07/2022.

LUPIS, Marco, “Viaggio nel Guangdong terra madre di tutte le epidemie”, *La Repubblica*, 5 aprile 2003, <https://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/2003/04/05/in-viaggio-nel-guangdong-terra-madre-di.html?ref=search>, ultimo accesso 15/07/2022.

MANCINI, Giulia, “Cos’è il Washoku, e perché (anche se non lo sappiamo) fa ormai parte della nostra vita”, *La Repubblica*, 26 gennaio 2017, https://www.repubblica.it/sapori/2017/01/26/news/washoku_i_mille_colori_del_cibo-156767582/, ultimo accesso 10/08/2022.

MOLA, Giancarlo, “Sanatoria immigrati 600 mila le richieste”, *La Repubblica*, 12 novembre 2002, <https://www.repubblica.it/online/politica/immigrazionetre/scadenza/scadenza.html>, ultimo accesso 14/07/2022.

NDL, *100 Years of Japanese Emigration to Brazil*, 2014, <https://www.ndl.go.jp/brasil/e/index.html>, ultimo accesso 20/07/2022.

NENZI, Rachele, “Padova, risolto il mistero del piatto cinese. ‘Quelle sono zampe di un orso’”, *Il Giornale*, 4 febbraio 2017, <https://www.ilgiornale.it/news/cronache/padova-sisolto-dubbio-sul-piatto-cinese-quelle-sono-zampe-1359703.html>, ultimo accesso 09/08/2022.

ONELLI, Daniela, “Psicosi da virus killer Albergo rifiuta i cinesi”, *La Repubblica*, 2 aprile 2003, <https://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/2003/04/02/psicosi-da-virus-killer-albergo-rifiuta-cinesi.html?ref=search>, ultimo accesso 15/07/2022.

PERSANO, Bruno, “Ristoranti cinesi, incubo Sars scattano i primi licenziamenti”, *La Repubblica*, 4 giugno 2003, <https://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/2003/06/04/ristoranti-cinesi-incubo-sars-scattano-primi-licenziamenti.html>, ultimo accesso 15/07/2022.

PIZZORUSSO, Giovanni, “VALIGNANO, Alessandro” in *Dizionario Biografico degli Italiani*, Enciclopedia Treccani, 2020, https://www.treccani.it/enciclopedia/alessandro-valignano_%28Dizionario-Biografico%29/, ultimo accesso 31/07/2022.

PLETHCER, Kenneth, “Opium Wars” in *Enciclopedia Britannica*, 1998, <https://www.britannica.com/topic/Opium-Wars>, ultimo accesso 29/07/2022.

ROSCANI, Fabio, “Meloni: ‘Il Nutriscore è una follia contro il Made in Italy. Bloccarlo sia una priorità di tutti i partiti’”, *The Conservative*, 24 marzo 2021, <https://archive.theconservative.online/article/meloni-il-nutriscore-e-una-follia-contro-il-made-in-italy-bloccarlo-sia-una-priorita-di-tutti-i-partiti>, ultimo accesso 18/08/2022.

SALVINI, Matteo, “Cenetta cinese da leccarsi i baffi” [aggiornamento di stato], Facebook, 2 febbraio 2020. <https://www.facebook.com/salviniofficial/posts/cenetta-cinese-da-leccarsi-i-baffi/10157357558013155/>, ultimo accesso 06/08/2022.

SALVINI, Matteo, “#Mangiacomeparli, la Lega a difesa del Made in Italy” [video in diretta registrato], Facebook, 25 maggio 2021. <https://www.facebook.com/salviniofficial/videos/505991343786447>, ultimo accesso 06/08/2022.

VOLPINO, Costa, “‘Si alla polenta, no al cous cous’ La Lega ne distribuisce 800 chili”, Bergamo News, 13 maggio 2011, <https://www.bergamonews.it/2011/05/13/s-alla-polenta-no-al-cous-cous-la-lega-ne-distribuisce-800-chili/145882/>, ultimo accesso 18/08/2022.

ANSA, “Al top per la salute, la dieta giapponese insidia la mediterranea”, 8 agosto 2022, https://www.ansa.it/canale_salutebenessere/notizie/alimentazione/2019/10/08/al-top-per-salute-la-dieta-giapponese-insidia-la-mediterranea_afea15c6-992e-4b6d-bad4-903d623bd1a4.html, ultimo accesso 09/08/2022.

Archivio Luce, “Cina Nidi di rondini marine”, <https://patrimonio.archivioluce.com/luce-web/detail/IL5000073868/2/cina-nidi-rondini-marine.html?startPage=90>, ultimo accesso 08/08/2022.

Archivio Luce, “Coltivazione del tè”, <https://patrimonio.archivioluce.com/luce-web/detail/IL5000021301/2/coltivazione-del-te.html?startPage=270>, ultimo accesso 08/08/2022.

Archivio Luce, “Curiosità pittoresche Usi e costumi giapponesi”, <https://patrimonio.archivioluce.com/luce-web/detail/IL5000013050/2/curiosita-pittoresche-usi-e-costumi-giapponesi.html?startPage=0>, ultimo accesso 08/08/2022.

Archivio Luce, “La pesca”, <https://patrimonio.archivioluce.com/luce-web/detail/IL5000018139/2/la-pesca-1.html?startPage=90>, ultimo accesso 08/08/2022.

Archivio Luce, “La produzione della tipica bevanda giapponese Sakè estratta dal riso”, <https://patrimonio.archivioluce.com/luce-web/detail/IL5000022370/2/la-produzione-della>

<tipica-bevanda-giapponese-sake-estratta-dal-riso.html?startPage=90>, ultimo accesso 08/08/2022.

Archivio Luce, “Raccolta dei Kaki”, <https://patrimonio.archiviolute.com/luce-web/detail/IL5000024826/2/raccolta-kaki.html?startPage=270>, ultimo accesso 08/08/2022.

Brescia Today, “Volantini contro i negozi cinesi, il blitz di estrema destra: ‘Attenti al coronavirus’”, 3 febbraio 2020, <https://www.bresciatoday.it/politica/forza-nuova-coronavirus.html>, ultimo accesso 20/07/2022.

Confcommercio online, “FIPE: due milioni al giorno in meno per i ristoranti cinesi”, 20 febbraio 2020, <https://www.confcommercio.it/-/fipe-su-coronavirus?redirect=%2F-%2Fi-dati-isnart-unioncamere>, ultimo accesso 20/07/2022.

Educazione & scuola, “I programmi della Scuola Elementare D.P.R. 12 febbraio 1985, n 104”, <https://www.edscuola.it/archivio/norme/programmi/elementare.html>, ultimo accesso 09/08/2022.

Encyclopedia Britannica, “The British Empire”, 1998, <https://www.britannica.com/place/British-Empire>, ultimo accesso 29/07/2022.

European Commission, “eAmbrosia the EU geographical indications register”, <https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/>, ultimo accesso 19/08/2022.

ExpoChina2015, “Chinese President Xi Jinping gives welcome speech for the China Pavilion at Milan Expo”, http://en.expochina2015.org/2015-05/02/c_2554.htm, ultimo accesso 23/08/2022.

GialloZafferano, “SUSHI FATTO IN CASA - Ricetta ORIGINALE GIAPPONESE di Sai Fukayama”, <https://www.youtube.com/watch?v=CIVNVAUb43Y>, ultimo accesso 10/08/2022.

Good Design Award, <https://www.g-mark.org/award/describe/44333>, ultimo accesso 13/09/202.

Google Trends, <https://trends.google.it/trends/explore?date=all&geo=IT&q=ristorante%20cinese>, ultimo accesso 14/07/2022.

Google Trends, <https://trends.google.it/trends/explore?date=all&geo=IT&q=ristorante%20giapponese>, ultimo accesso 14/07/2022.

Google Trends, <https://trends.google.it/trends/explore?date=all&geo=IT&q=sushi>, ultimo accesso 14/07/2022.

Il Post, “Zaia sui cinesi: «Li abbiamo visti tutti mangiare i topi vivi»”, <https://www.ilpost.it/flash/zaia-cinesi-topi-vivi/>, ultimo accesso 09/08/2022.

ISTAT, “Stranieri residenti al 1° gennaio”, http://dati.istat.it/Index.aspx?DataSetCode=DCIS_POPSTRRES1, ultimo accesso 03/08/2022.

JETRO, “Chi Siamo”, https://www.jetro.go.jp/italy/chi_siamo.html, ultimo accesso 03/08/2022.

La Stampa, “Fuga da scuola ci sono i cinesi”, 30 aprile 2003, http://www.archiviolaStampa.it/component/option,com_lastampa/task,search/mod,libera/action,viewer/Itemid,3/page,9/articleid,0159_01_2003_0118_0009_1110562/, ultimo accesso 15/07/2022.

LA7, “Coronavirus, Sonia Zhou, ‘Il mio ristorante è sempre pieno, improvvisamente non ci sono più clienti’”, <https://www.la7.it/piazzapulita/video/coronavirus-sonia-zhou-il-mio-ristorante-e-sempre-pieno-improvvisamente-non-ci-sono-piu-clienti-31-01-2020-305011>, ultimo accesso 20/07/2022.

Ministero degli Affari Esteri, “*Kaigai zairyū hōjinsū (Heisei ni-nijūnen)* (Numero di cittadini giapponesi residenti all'estero (Epoca Heisei 2-20))”, https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwiontak8JX5AhVCX_EDHRLXD68QFnoECAMQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.stat.go.jp%2Fdata%2Fnenkan%2Fback62%2Fzuhyou%2Fy0215000.xls&usg=AOvVaw2UcbNQyJCO4BrO0HHx4uEJ, ultimo accesso 26/07/2022.

外務省、「海外在留邦人数（平成2–20年）」、2008年.

MAFF, “*Mirano kokusai hakurankai ni tsuite* (In merito all'Esposizione Universale Milano 2015)”, https://www.maff.go.jp/j/council/seisaku/syokusan/bukai_18/pdf/data5.pdf, ultimo accesso 22/08/2022.

農林水産省、「ミラノ国際博覧会について」、2015年

MAFF, “*Nihonkan tenji eria wo repōto itsutsu no shīn kōsei de nō ya shoku, shokubunka no tayōsei wo shōkai* (Report sull'area espositiva del padiglione giapponese, la presentazione della varietà di cultura alimentare, cucina e agricoltura attraverso la struttura di cinque scene)”, https://www.maff.go.jp/j/pr/aff/1503/mf_news_01.html, ultimo accesso 22/05/2022.

農林水産省、「日本館展示エリアをレポート 5つのシーン構成で農や食、食文化の多様性を紹介」、2015年.

MAFF, “*Nōrinsuisanbutsu shokuhin no yushutsugaku (Reiwa yonen rokugatsu)* (Valore delle esportazioni di prodotti agricoli, della silvicoltura, ittici e alimentari (giugno 2022))”, https://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/e_info/attach/pdf/zisseki-35.pdf, ultimo accesso 21/08/2022.

農林水産省、「農林水産物・食品の輸出額（令和4年6月）」、2022年

MAFF, “*Yushutsu sokushin nado ni muketa nihonshoku ya shokubunka no kaigai tenkai* (Lo sviluppo all'estero di cucina e cultura alimentare giapponese per un'espansione dell'export)”, https://www.maff.go.jp/j/wpaper/w_maff/h27/h27_h/trend/part1/chap1/c1_0_02_2.html, ultimo accesso 22/08/2022.

農林水産省、「輸出促進等に向けた日本食や食文化の海外展開」、2016年.

Ministero dell'Interno, “Dichiarazione del Ministro”, https://www1.interno.gov.it/mininterno/export/sites/default/it/sezioni/sala_stamp/interview/Interventi/_sottosegretario_xprecedenti/intervista_240.html_944127795.html, ultimo accesso 14/07/2022.

Naikakufu, “*Kūru Japan senryaku suishin kaigi no kaisai ni tsuite* (In merito alla fondazione del Consiglio per la promozione della strategia Cool Japan)”, https://www.cao.go.jp/cool_japan/kaigi/senryakusuishin/pdf/konkyo.pdf, ultimo accesso 21/08/2022.

内閣府、「クールジャパン戦略推進会議の開催について」、2015年.

OCSE, “Population”, <https://data.oecd.org/pop/population.htm>, ultimo accesso 03/08/2022.

Public Relation Office Government of Japan, “*Kūru na Nihon wo sekai he* (Un Giappone cool agli del mondo)”, https://www.gov-online.go.jp/eng/publicity/book/hlj/html/202006/202006_01_jp.html, ultimo accesso 21/05/2022.

政府広報オンライン、「クールな日本を世界へ」、2020年.

Today, “Psicosi da coronavirus, prenotazioni in picchiata nei ristoranti cinesi”, 4 febbraio 2020, <https://www.today.it/attualita/coronavirus-ristoranti-cinesi.html>, ultimo accesso 20/07/2022.

Tuttitalia, “Cittadini stranieri: cinesi in Veneto”, <https://www.tuttitalia.it/veneto/statistiche/cittadini-stranieri/repubblica-popolare-cinese/>, ultimo accesso 19/07/2022.

UNESCO, “Elements on the Lists of Intangible Cultural Heritage”, <https://ich.unesco.org/en/state/china-CN?info=elements-on-the-lists>, ultimo accesso 22/08/2022.

UNESCO, “Washoku, traditional dietary cultures of the Japanese, notably for the celebration of New Year”, <https://ich.unesco.org/en/RL/washoku-traditional-dietary-cultures-of-the-japanese-notably-for-the-celebration-of-new-year-00869>, ultimo accesso 21/08/2022.

UNESCO, “World Heritage List”, <https://whc.unesco.org/en/list/>, ultimo accesso 22/08/2022.

University of Oregon, “e-Asia Digital Library. Future of the Far East”, <https://oregondigital.org/sets/easia/oregondigital:df72d8728#page/5/mode/1up>, ultimo accesso 19/08/2022.

Wikipedia, “Giallo Zafferano”, https://it.wikipedia.org/wiki/Giallo_Zafferano, ultimo accesso 10/08/2022.

Wikisource, “Treaty of Nanking”, https://en.wikisource.org/wiki/Treaty_of_Nanking, ultimo accesso 29/07/2022.

World Health Organization, “Summary of probable SARS cases with onset of illness from 1 November 2002 to 31 July 2003”, <https://www.who.int/publications/m/item/summary-of-probable-sars-cases-with-onset-of-illness-from-1-november-2002-to-31-july-2003>, ultimo accesso 15/07/2022.

Yale Law School, “Japanese-American Diplomacy - Treaty of Kanagawa; March, 31, 1854”, https://avalon.law.yale.edu/19th_century/japan002.asp, ultimo accesso 29/07/2022.

Filmografia

Mondo cane, diretto da Gualtieri Jacopetti, Paolo Cavara e Franco Prosperi, Italia, 1962.

Fantozzi, diretto da Luciano Salce, Italia, 1975.

Quo vado?, diretto da Gennaro Nunziante, Italia, 2016.