



Università
Ca'Foscari
Venezia

Corso di Laurea
Magistrale

in

Lingue e Civiltà
dell'Asia e Africa
mediterranea

Tesi di
Laurea Magistrale

Il tema del cibo nell'Ukiyoe

Analisi dei pattern e dell'uso a fini commerciali nelle stampe dal periodo
Edo ai giorni nostri

Relatore

Ch. Prof.ssa Silvia Vesco

Correlatore

Ch.ma Prof.ssa Katja Centonze

Laureanda

Elena Bertacchini

Matricola 866603

Anno Accademico

2021 / 2022

要旨

この論文は浮世絵の作品、特に食品の絵画、江戸時代から現在までの研究である。

この論文の序論は浮世の絵の製造を考察し、そして論文内容を紹介する。

論文の第一章では浮世絵の作品は刷物・錦絵に分割し、刷物は静物と人物というテーマで、錦絵は美人画・名所と「東海道五十三次」というテーマに論じる。刷物と錦絵の特徴を焦点をあて、つまり作品の歴史、原料、製造製法の相違点等のようなポイントを論じる。次にその作品のテーマを分析し、分析によると食品に関するパターンを研究する。最後に、パターンを検証するように新たな作品に確認する。

論文の第二章では日本人と食品の関係を研究し、特に、食品の美観と食品プレゼンテーションの美観を研究する。また、日本文化の美観と自然の関係を論じている。

論文の第三章では江戸時代から現在までの日本料理の発展、また、日本におけるグローバル化の影響を及ぼす。特に、「和食」という料理を分析しとその料理の世界中の重視を論じる。また、料理の材料品質とその材料を生産する会社の販売戦略のことを焦点をあてる。それで、日本人と消費主義に関するを考察する。最後に、日本のファストフードを研究する。

論文の最後の第四章では日本の伝統的なファストフード、特に、その歴史と発展を研究している。また、鉄道開通と駅弁の関係を考察しから、「駅弁」という現象を試験し、そしてその現象の現在表現を論とする。

Sommario

要旨	3
Introduzione.....	7
Breve storia del fenomeno <i>Ukiyoe</i>	8
Produzione delle stampe.....	12
Contenuti dell’elaborato	17
Capitolo 1 - Analisi dei pattern ricorrenti sulla presenza del cibo tramite indagine su casi di studio	18
<i>Surimono</i> 刷り物.....	19
Analisi grafica	23
<i>Nishikie</i> 東錦絵: la stampa broccato	41
<i>Bijinga</i> 美人画, ritratti di bellezze	56
Stampe itineranti: le ‘Cinquantatré stazioni del Tōkaidō (東海道)’ e i <i>meisho</i> 名所	73
Analisi dei casi di studio e conferma pattern ottenuti.....	87
Capitolo 2 – Estetica della presentazione, anche l’occhio vuole la sua parte: studio sulla presentazione del cibo	90
Natura snaturata.....	95
Capitolo 3 – Prima e dopo il mondo ukiyoe: evoluzione della cucina e influenze della globalizzazione	104
Gastrodiplomazia: il ‘ <i>washoku</i> ’ 和食.....	111
Qualità e marketing	114
Consumismo in Giappone	117
Giappone e fast food.....	124
Capitolo 4 – Fast food tradizionale: sviluppi storici e la nascita ed evoluzione degli <i>ekiben</i>	128
L’arrivo del treno e gli <i>ekiben</i> 駅弁	130
Gli <i>ekiben</i> nella contemporaneità	136
Conclusione	139
Bibliografia.....	143
Sitografia	149
Indice delle immagini	152
Bibliografia immagini	158
Lista dei termini.....	160

ほととぎす

自由自在に聞く里は

酒屋へ三里

豆腐屋へ二里

頭光

Ascoltando il cuculo

cantare in libertà,

tre miglia dal vinaio,

due miglia dal rivenditore di *tofu*¹.

Tsumuri no Hikaru

¹ Traduzione dell'autore

Introduzione

Il tema centrale di questo elaborato è il cibo e la sua presenza nel mezzo artistico delle stampe *Ukiyoe*. Ma prima di iniziare a trattare dell'argomento, è necessario specificare che cosa si intende effettivamente quando si parla di *Ukiyoe*.

Breve storia del fenomeno *Ukiyoe*

Il nome stesso '*Ukiyoe*' (浮世絵, lett. 'immagini del mondo effimero') ha subito cambiamenti durante il suo sviluppo, che inizia nel periodo medioevale. Il termine *ukiyo* è di origine buddista, che viene scritto con i kanji di 憂世 (*uki* 憂, sofferenza e *yo* 世, mondo), indica la "condizione di impermanenza generata dalla vita quotidiana con i suoi attaccamenti. Chi si fa coinvolgere è destinato a soffrire". In seguito, tuttavia, il carattere 憂 si trasforma in *uki* 浮 (effimero, fluttuante), pertanto modificando il significato in "ciò che galleggia, ciò che passa (bellezza, giovinezza, piacere, gloria), i piaceri fuggevoli delle feste, della moda".²

I lavori '*Ukiyoe*' acquisiscono man mano sempre più popolarità tra la società giapponese dal periodo Edo (1603-1868) fino agli inizi del XX secolo. Ci sono diversi motivi dietro la loro diffusione ma è necessario considerarne due in particolare: in primo luogo, le stampe *ukiyo*e non sono costose. Dire che costano tutte pochissimo sarebbe scorretto, ma il loro punto di forza è la possibilità della produzione in serie. Una singola immagine può essere ripetutamente prodotta finché la matrice in legno non viene eccessivamente consumata: questo porta alla produzione di diverse serie della stessa immagine che possono essere distinte dal livello di degrado del colore e dai sigilli imposti per rendere la riproduzione ufficiale. Contrariamente a quanto si può pensare, più il colore è delicato, più è probabile che sia una delle produzioni iniziali.

Recentemente è stata ritrovata una copia della 'Giornata limpida col vento del Sud (*Gaifū kaisei* 凱風快晴)' nota anche come 'Fuji rosso (*Aka Fuji* 赤富士)' della serie 'Trentasei vedute del Monte Fuji (*Fugaku sanjūrokkei* 富嶽三十六景)', 1830-1832, di Katsushika Hokusai, ed è stato possibile confermare che nell'illustrazione originale il 'rosso' era in realtà 'rosa'; a causa della ripetuta

² Silvia VESCO, *L'arte giapponese: Dalle origini all'età moderna*, Torino, Einaudi, 2021, cit., p.287.

aggiunta del colore nelle stampe successive la tonalità si è inscurita in rosso, portando alla diffusione del famoso ‘Fuji rosso’. Tramite attenta analisi in laboratorio è stato possibile dimostrare che, mentre il ‘Fuji rosso’ è sicuramente una delle prime edizioni prodotte, a giudicare dal logoramento della matrice, questi segni sono più prevalenti rispetto al ‘Fuji rosa’. Quest’ultimo, inoltre, non solo presenta una maggiore attenzione ai dettagli riguardo le tecniche dell’applicazione dei colori, contrasto tonale e tecnica di stampa, ma non mostra segni di scolorimento, suggerendo pertanto che questa fosse la prima tiratura della stampa³.

³ Capucine F. KORENBERG, LUCIA PEREIRA-PARDO, Peter J. MCELHINNEY, Joanne DYER, "Developing a Systematic Approach to Determine the Sequence of Impressions of Japanese Woodblock Prints: The Case of Hokusai's 'Red Fuji'", *Heritage Science*, 7, 1, 2019, cit., p. 10.



Figura 1 a- Aka Fuji; b- Pink Fuji

Questo ci porta al secondo motivo a cui si era accennato prima: la loro popolarità all'estero fin dalla loro introduzione negli anni Sessanta del XIX secolo. Le stampe sono di facile riproduzione a prezzi modici, sono leggere e maneggevoli, ma soprattutto sono facilmente esportabili all'estero. Questo fa sì che, una volta forzati i confini del Giappone, chiunque visitasse il paese avrebbe potuto acquistare facilmente e riportare in patria una stampa, per poi mostrarla nei salotti creando una nuova moda. Numerosi pittori francesi traggono ispirazione da questa 'nuova' forma d'arte, primi

fra tutti gli impressionisti con Manet, che ci regala dipinti come *'La Japonaise'* o *'Il ritratto di Émile Zola'*, in cui possiamo notare sullo sfondo (sebbene in un punto d'onore) la stampa di un lottatore che accompagna riproduzioni dei dipinti *'Olympia'* di Manet e *'Il trionfo di Bacco'* di Velázquez.

La diffusione all'estero conduce all'esportazione di un numero sempre maggiore di stampe e alla creazione di ricche collezioni oltreoceano, ancora oggi estremamente popolari.



Figura 2 Ritratto di Émile Zola, olio su tela, Édouard Manet, 1868, museo d'Orsay, Parigi, dettaglio.



Figura 3 Ritratto di Émile Zola, olio su tela, Édouard Manet, 1868, museo d'Orsay, Parigi.

Produzione delle stampe

Si è parlato della facilità della riproduzione delle stampe Ukiyoe, ma effettivamente come vengono prodotte?

Le prime stampe prodotte riconosciute come tali erano stampe monocrome con inchiostro *sumi* 墨 (si presenta in barrette formate da fuliggine di resina, pino o olio di colza mescolate con colla estratta da pelli d'animali. Queste barrette di china vanno sciolte con acqua strofinandole su un'apposita pietra detta *suzuri* 硯 a forma di recipiente, perlopiù rettangolare, costituita da una superficie su cui si sfrega il *sumi*, e da un pozzetto che contiene dell'acqua⁴) e venivano principalmente utilizzate come illustrazioni per i libri. Sono state studiate delle connessioni tra queste prime produzioni e lo stile di pittura autoctono *yamatoe* 大和絵: linea di contorno definita, forme astratte, uso di pattern e totale assenza di profondità o volume. I libri in questione venivano prodotti principalmente nelle maggiori case editrici di Ōsaka, Kyōto e Edo. Già dall'inizio del XVIII secolo si era creato un fiorente mercato per le stampe a pagina singola. Inizialmente venivano prodotte in bianco e nero, ma presto gli artisti iniziarono a dipingerle a mano. I primi colori utilizzati erano il *tan* 丹 (minio, bruno rossastro) e *suō* 蘇芳 (rosso scuro o giallo dal legno di pambuco); inoltre si mescolava anche il *sumi* con il *nikawa* 膠 (collante di origine animale) per formare una ricca lacca nera *urushi* 漆, utilizzata per sottolineare alcune aree delle stampe con una tecnica detta *urushie* 漆絵. Altri colori usati erano il *beni* 紅 (rosso, dal fiore di cartamo) e il verde; le stampe che usavano questo colore sono dette *benizurie* 紅摺絵. Una volta terminate, venivano consegnate circa duecento stampe al giorno, e con il trascorrere del tempo la produzione non riusciva a tenere il passo con la domanda, senza considerare i costi aggiuntivi della colorazione. Quindi, si rese necessario cercare un metodo alternativo per velocizzare la produzione, e poiché il requisito più impellente era la ricerca di un metodo di registrazione più efficiente, così si giunse all'invenzione del *kentō* 見当 (guide di registrazione).

Le prime stampe colorate risalgono agli anni Trenta del XVIII secolo, ma erano una piccola produzione esclusivamente per la classe aristocratica; le prime stampe colorate diffuse al pubblico venivano prodotte a Edo già dal decennio del 1740.

⁴ CHE COS'È IL SUMI-E? <https://www.sumi-e.it/it/introduzione/>, 02-02-2023.

Il primo artista riconosciuto ad aver lavorato sulle stampe colorate è Suzuki Harunobu 鈴木春信 (1725? - 70), che sviluppò la tecnica tra il 1765 e la sua morte, portando allo sviluppo del *nishikie* 東錦絵 (stampe broccato della capitale orientale).

La classe mercantile presente nelle zone commerciali delle grandi città del Giappone reinterpretò il concetto di *ukiyo* 浮世 al fine di creare una nuova arte poiché le era negato l'accesso alle più alte forme d'arte riconosciute dal governo, nonostante la disponibilità economica. L'establishment si mise rapidamente in allarme per la repentina diffusione e il successo di questa nuova espressione artistica e già dal 1789 tutte le stampe dovevano sottostare a una commissione censoria e dovevano portare il sigillo di approvazione ufficiale. La censura imposta non riguardava solo il soggetto delle stampe, ma anche l'uso di certi colori, e portò allo sviluppo di tecniche legate alla sovrimpressionazione dei colori.

Nel suo periodo di massimo splendore, la stampa su matrice di legno era perfettamente organizzata in un lavoro di squadra, composta da un artista, un editore, un intagliatore e uno stampatore. L'editore curava il progetto, incaricando l'artista, fornendo i materiali e in certi casi anche una sede operativa. L'illustrazione terminata veniva poi portata dall'intagliatore, incollata alla matrice in legno tenero di ciliegio (spessa tre centimetri per ridurre i costi) che veniva incisa da entrambi i lati, riducendo il numero di matrici a colore necessarie. Per una stampa a sei colori, pertanto, sarebbero state sufficienti solo tre matrici in legno, un colore per lato. Il passaggio successivo era quello dell'incisore, che appoggiava a faccia in giù sulla matrice base il disegno dell'artista, eseguito su carta sottile e semitrasparente. Il disegno con le indicazioni dei colori forniva all'intagliatore, *horishi* 彫師, la traccia lineare completa e precisa della composizione che, pertanto, veniva distrutta durante l'intaglio. Questo spiega perché rimangano così pochi disegni originali.

La matrice base intagliata veniva inchiostrata di nero, poi il foglio di carta che sarebbe diventato la stampa veniva deposto su di essa e strofinato uniformemente dal rovescio utilizzando un tampone speciale *baren* 馬連, così da trasferire il disegno dalla matrice alla stampa. Ogni lato della matrice rappresenta un colore e per costruire una stampa andavano pressati singolarmente finché non si creava l'illustrazione finale.

Se nel periodo Edo i colori utilizzati erano prevalentemente di origine vegetale, nel successivo periodo del Bakumatsu 幕末 (1853-1868) i coloranti chimici importati dall'estero contribuirono all'evoluzione cromatica delle stampe.

Le prime stampe completamente policrome furono gli *egoyomi* 絵暦 (stampe calendario), pubblicati privatamente nel 1765 da un gruppo di facoltosi mercanti e *daimyō* alle dirette dipendenze dello

shōgun (*hatamoto* 旗本), che se li scambiavano durante le feste. Gli *egoyomi* non erano calendari nel senso proprio del termine, ma veri e propri rebus composti da disegni che nascondevano al loro interno indicazioni sui mesi lunghi, di trenta giorni e mesi corti, di ventinove giorni, dell'anno corrente⁵.

Una volta terminato il processo, la produzione media era di circa duecento copie al giorno.

Naturalmente, più si producevano edizioni, più la matrice diventava satura di pigmento e la qualità iniziava a diminuire. Tuttavia, le matrici venivano conservate e spesso riutilizzate in un momento successivo o anche vendute ad altre botteghe. Una volta terminato il prodotto, esso veniva rifilato, raccolto in pacchetti e spedito all'editore per la vendita; da qui sarebbe stato venduto a poco prezzo in negozi specializzati o in bancarelle. Non essendo considerati oggetti preziosi, la reazione degli occidentali ad esse sorprese molto ai giapponesi.

Nonostante l'inizio del XIX secolo venga considerato come l'inizio della fine per le stampe *ukiyo-e*, non mancano artisti incredibili, tra cui Katsushika Hokusai e Andō Utamaro. Mentre la lavorazione tradizionale delle stampe viene ritenuta in declino a partire dalla restaurazione Meiji (1868-1912), alcuni considerano l'inizio del periodo Taishō (1912-26) com'è il momento di massimo sviluppo tecnico. Tramite l'introduzione di nuove invenzioni e altre tecniche di stampa, la lavorazione tradizionale perse di vitalità. È solo nel XX secolo che una nuova generazione di artisti, influenzati da idee europee, riprende la tecnica⁶.

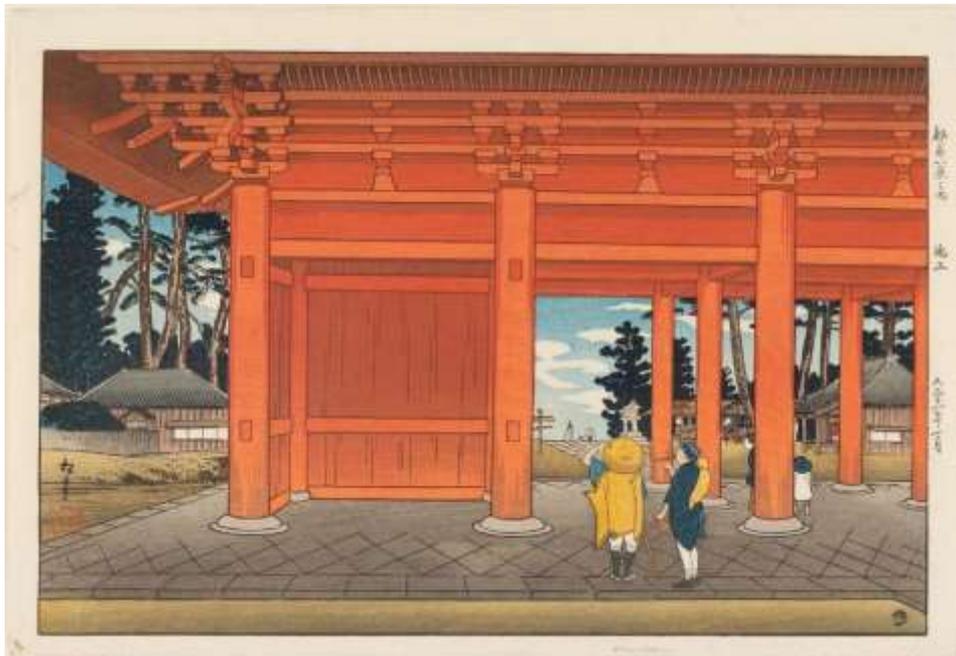


Figura 4 Ikegami (Tonan hakkei no uchi, 都南八景之内 池上), Takahashi Hiroaki (Shōtei) (1871–1945), a cura di Watanabe Shōzaburō, 1922 (Taishō 11), January, in dono da Louis Aaron Lebowich nel 1950, MFA, Boston.

⁵ VESCO, "L'arte giapponese...", cit., p. 287.

⁶ Rebecca SALTER, *Japanese Woodblock Printing*, London, A & C Black Publishers Ltd, 2002, cit., pp. 9-12.

Essendo un medium particolarmente versatile, esistono varie tipologie di stampe con fini differenti⁷:

- **Abunae** 危絵: metà del XVIII secolo soggetti moderatamente erotici
- **Aizurie** 藍摺絵: dal 1827 al 1849 caratterizzato dalle diverse tonalità di blu
- **Benie** 紅絵: dal 1720 al 1740 stampa in bianco e nero, colorate a mano in rosa e cremisi
- **Benigiraie** 紅嫌絵: dal 1780 al 1790. Generalmente in blu, grigio e violetto
- **Benizurie** 紅摺絵: dal 1740 al 1755 in giallo, blu e grigio
- **Bijinga** 美人画: immagini di belle donne
- **Harimaze** 貼交絵: due soggetti disegnati da artisti differenti
- **Hashirae** 柱絵: dai 68-75 per 12-20 cm. Per essere appese
- **Jōgee** 上下絵: immagini che possono essere visti sia dall'alto che dal basso
- **Kachoga** 花鳥画: immagini di fiori e uccelli
- **Kakemonoe** 掛物絵: composte da due grandi stampe unite verticalmente (sui 76,5 x 23 cm), introdotte nel 1760 in bianco/nero (alcune colorate a mano)
- **Manga** 漫画: collezioni formato libro, dal 1814 al 1878
- **Mushae** 武者絵: immagini di guerrieri
- **Nishikie** 東錦絵: stampe broccato della capitale orientale
- **Shunga** 春画: soggetti esplicitamente erotici. Tra le prime immagini ukiyoe, solitamente prodotte in serie di 12. Una volta proibite vennero stampate in segreto senza firma e sigillo di artista ed editore.
- **Surimono** 刷物: Stampe commissionate privatamente per occasioni speciali. Stampate in edizioni limitate (21 x 17.5 cm)
- **Tane** 丹絵: stampe in bianco/nero con tonalità rosso/arancio occasionalmente anche con verde/giallo. Popolari dal 1660 al 1720
- **Uchiwae** 団扇絵

⁷*Ukiyo-e, Come riconoscere e datare le stampe giapponesi*, <http://www.cultor.org/Orient/Ukiyo/Ukiyo-e.pdf>, 02-02-2023.; "CHE COS'È IL SUMI-E ?", <https://www.sumi-e.it/it/introduzione/>, 02-02-2023.; *List of Ukiyo-E Terms – Wikipedia*, "Wikipedia, the free encyclopedia", 18 gennaio 2009, https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_ukiyo-e_terms, 02-02-2023.

- **Ukie** 浮絵: Stampe in stile occidentale (prospettiva). Iniziano dal 1730 e ritraendo soprattutto paesaggi.

Naturalmente non esiste un solo formato per ognuna di queste stampe. Esistono diverse varietà di tagli applicabili alle varie stampe, è necessario sceglierli in base all'occasione.

Formati delle Stampe⁸

9

Tipo di stampa	Misure
Hashirae	70cm x 12cm
Ōōban	59cm x 32cm
Nagaban	52cm x 25cm
Ōban	37cm x 26cm
Aiban	33cm x 22cm
Hosoban	30cm x 15cm
Chūban	28cm x 19cm
Shikishiban	21cm x 18cm
Koban	21cm x 15cm

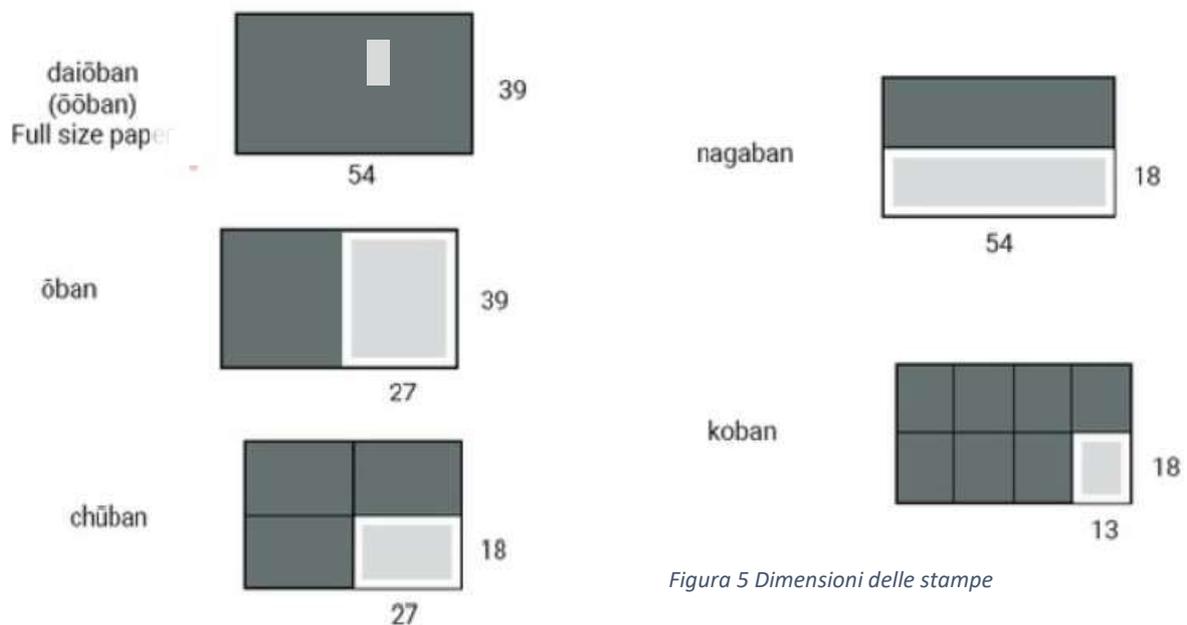


Figura 5 Dimensioni delle stampe

⁸ *Ukiyo-e, Come riconoscere e datare le stampe giapponesi*, <http://www.cultor.org/Orient/Ukiyo/Ukiyo-e.pdf>, 02-02-2023.; ;“CHE COS'È IL SUMI-E ?”, <https://www.sumi-e.it/it/introduzione/>, 02-02-2023

⁹ <https://woodblock-print.eu/it/faq/dimensioni-delle-stampe.html>, 17-02-2023

Contenuti dell'elaborato

Questo elaborato si svilupperà in quattro capitoli.

Il primo capitolo tratterà dell'analisi dei pattern ricorrenti nelle stampe *ukiyo-e* riguardanti la presenza di pietanze o alimenti. Verranno analizzati in base alle tipologie di stampe, suddivise in *surimono* e *nishikie*, e a loro volta separate in categorie più precise. Si tratterà di *surimono* con figure umane e nature morte tra i temi scelti, mentre i *nishikie* tratteranno di *bijinga*, *meisho*, e la serie delle 'Cinquantatré stazioni del Tōkaidō'. Una volta studiati i pattern, verranno poi verificati su un ulteriore caso di studio.

Il secondo capitolo si concentrerà sull'estetica della presentazione del cibo e se ne analizzerà il rapporto con la natura.

Il terzo capitolo osserverà l'evoluzione nel corso del tempo della cucina giapponese e l'influenza avuta su di essa dalla globalizzazione. Si parlerà del recente fenomeno del '*washoku*' e della sua importanza sia a livello mondiale sia a livello locale, in connessione all'identità culturale dei giapponesi. Successivamente si guarderà al rapporto tra la qualità degli alimenti e il marketing, come percepito dal pubblico, e si esaminerà la storia del consumismo in Giappone. L'ultima parte tratterà invece del fast food in Giappone e la sua presenza sul territorio.

Il quarto ed ultimo capitolo, invece, svilupperà il tema del fast food accennato nel capitolo precedente, esaminando la sua evoluzione nella storia, e la sua importanza relativa alla cultura ferroviaria. Infine, si considererà la sua presenza nella storia contemporanea e attuale.

Capitolo 1 - Analisi dei pattern ricorrenti sulla presenza del cibo tramite indagine su casi di studio

Per semplificare l'analisi dei pattern relativi alle stampe selezionate è prima necessario catalogarle e dividerle in categorie. Essendoci moltissimi modi diversi per creare queste categorie, in questo elaborato ci si è limitati a dividere secondo quattro caratteristiche principali: in primo luogo, il tipo di stampa. Poiché anche questa categoria potrebbe essere suddivisa in moltissime classificazioni, è stato scelto di concentrare la selezione a stampe *surimono* 刷り物 e a stampe *nishiki-e* 東錦絵.

Quest'ultima categoria è stata poi ulteriormente divisa in base al soggetto della stampa, che, pertanto, comprende stampe *bijinga* 美人画, *meisho* 名所 e alcune miscellanee, in particolare le serie dedicate alle stazioni del Tōkaidō. Le opere scelte appartengono a una piccola rosa di artisti, per agevolarne lo studio. Infine, come ultimo metro di paragone, è stato usato il formato delle stampe, con lo scopo di capire la presenza o meno di pattern legati a questo particolare aspetto.

Gli artisti considerati sono Katsushika Hokusai 葛飾北斎 (1760-1849), Kubo Shunman 窪俊満 (1757-1820), Utagawa Hiroshige 歌川広重 (1797-1858), Utagawa Kuniyoshi 歌川国芳 (1797-1861) e alcuni altri autori. La motivazione principale dietro questa scelta è la relativa reperibilità delle opere, connessa alla fama o meno dell'artista esaminato, e per analizzare come abbiano affrontato gli stessi temi, considerata la loro coesistenza nello stesso periodo di tempo.

Dopo aver esaminato i casi di studio verranno, infine, considerati i pattern emersi facendo distinzioni in base al tipo di stampa, alle simbologie presenti, alle occasioni rappresentate e agli elementi riprodotti. Una volta emersi, i pattern risultanti verranno applicati ad un nuovo caso di studio, al fine di confermarli.

Surimono 刷り物

Come accennato brevemente in precedenza, i *surimono* 刷り物 sono stampe commissionate privatamente per occasioni speciali, generalmente stampate in edizioni limitate.

È possibile trovarli diversi formati¹⁰, ma il più comune solitamente è lo *shikishiban*:

a *chōban* or *nagaban* ("foglio lungo"): due per uno (21 x 57 cm)

b *yokochūban* ("foglio orizzontale di media grandezza"): due per due (21 x 28.5 cm)

c *shikishiban* ("foglio quadrato"): due per tre (21 x 19 cm)

d *yatsugiriban* ("tagliato in otto parti"): due per quattro (21 x 14.2 cm)

e *jūnigiriban* ("tagliato in dodici parti"): due per sei (21 x 9.3 cm)

f *jūrokubangiriban* ("tagliato in sedici parti"): quattro per quattro (10 x 14.2 cm)

g *kokonotsugiriban* ("tagliato in nove"): tre per tre (14 x 19 cm)

Nel corso dell'era Kansei (1789-1801), vennero prodotti quasi tutti i tipi di *surimono*: *haikai* (俳諧) e *kyōka surimono*, calendari illustrati con le performance di gruppi di musica e danza, annunci o memoriali per i defunti, *surimono* a fini pubblicitari e in celebrazione della veneranda età di qualcuno¹¹.

Haikai e *kyōka surimono* sono composti principalmente da una o più poesie e solo in seguito viene aggiunta una illustrazione. Se gli *haikai* sono la tipologia più antica di *surimono*¹², composta da diciassette sillabe che in tempi moderni si è evoluta nella comunemente conosciuta forma di *haiku*, i *kyōka* (狂歌, letteralmente 'versi folli') invece sono poemi a trentuno sillabe, comparsi inizialmente nel XV secolo come alternativa leggera alla poesia solenne dei *waka* classici della poesia di corte e il loro utilizzo nei *surimono* è drammaticamente aumentato nel XVI secolo¹³. I *kyōka* utilizzano lo stesso metro di 5-7-5-7-7 sillabe della poesia *waka*, ma tendono a ignorarne le rigide regole e convenzioni. Questo stile è caratterizzato dall'uso di giochi di parole, doppi sensi e rimandi alla poesia classica. Il fine di questa forma di poesia è di minare, con delicatezza, la forma della poesia classica e di sfidare in maniera giocosa i canoni tradizionali del passato. Tuttavia, allo stesso tempo, è un modo per dimostrare l'arguzia e la conoscenza letteraria degli autori, attraverso il loro abile

¹⁰ SHŪGŌ, Asano, Timothy T. CLARK, "An Overview of Surimono", *Impressions*, 20, 1998, cit., p. 31.

¹¹ SHŪGŌ, CLARK, "An Overview of...", cit., p. 22.

¹² SHŪGŌ, CLARK, "An Overview of...", cit., p. 18.

¹³ OHKI, Sadako, Adam HALIBURTON, *Private World of Surimono: Japanese Prints From the Virginia Shawan Drosten and Patrick Kenadjian Collection*, New Haven, Yale University Press, 2020, cit., p. 15.

impiego di quegli stessi canoni¹⁴. Oltre a *kyōka* e *haikai* è possibile trovare, seppur più raramente, anche dei *kanshi*, poemi scritti esclusivamente in caratteri cinesi¹⁵.

I temi principali dei *kyōka surimono* riguardano principalmente attori di kabuki, la commemorazione di anziani, il cambiamento del proprio nome, la celebrazione della propria età avanzata, annunci di performance di musica, danza, pittura o calligrafia, e venivano utilizzate anche dalle imprese per i biglietti di auguri per il nuovo anno¹⁶. A partire dall'era Kansei (1789-1801) Kubo Shunman, artista e poeta di *kyōka*, aprì una bottega dedicata solamente alla produzione di *surimono*. In questo periodo appaiono anche serie di *surimono* e politici di *surimono*; alla fine di questa era troviamo occasionalmente dei *surimono* in più pannelli, ma è solo al termine dell'era Bunsei (1818-30) che raggiungono la loro forma più conosciuta, diventando così il periodo dell'età d'oro dei *kyōka surimono* a Edo. In questa fase iniziale il formato *shikishiban* non era ancora così diffuso; di conseguenza, era possibile trovare una varietà di tagli, tra cui il *kokonotsugiriban* o il *jūnigiriban*. I designer principali di questo periodo sono artisti ukiyo-e, tra cui possiamo notare Utagawa Toyokuni, Utagawa Kunisada, e Keisai Eisen 溪斎英泉 (1790-1848). Tra gli studenti della scuola di Hokusai, i più attivi erano Hokkei, Gakutei, e Shinsai.

Con l'avanzare del tempo, si iniziò ad usare colori più intensi nei *shikishiban surimono*, e si tendeva a coprire sempre di più l'intera superficie del foglio, spesso delimitato con cornici o margini. Inoltre, si cominciò a impiegare tipi diversi di pigmenti metallici per impreziosire la carta, ma dopo la riforma Tenpō (天保の改革) del 1842 l'intera produzione di *surimono* andò gradualmente scemando¹⁷.

Poiché i anche *surimono* vengono realizzati con matrici di stampa, il loro processo produttivo segue i punti generali delle stampe ukiyo-e ad uso commerciale e delle tecniche per la produzione delle stampe *nishikie*. Tuttavia, i *surimono* hanno due differenze fondamentali rispetto alle altre tipologie di stampe: una è l'impiego di materiali lussuosi, quali spessi fasci di carta *hōsho* 奉書紙, pigmenti con mica, oro, argento, le tecniche del *karazuri* 空摺 o 'gaufirage', del *kimedashi* きめ出し o incisione delle forme sul lato interno della carta per dare tridimensionalità, e del *bokashi* 暈し, per produrre sfumature di colore.

¹⁴ Clare POLLARD, HANAOKA Kiyoko, *Plum Blossom and Green Willow: Japanese Surimono Poetry Prints From the Ashmolean Museum*. Ashmolean Museum, University of Oxford, 2018, cit., p. 13.

¹⁵ OHKI, HALIBURTON, "Private World of...", cit., p. 16.

¹⁶ SHŪGŌ, Asano, Timothy T. CLARK, "An Overview of Surimono", *Impressions*, 20, 1998, cit., p. 27.

¹⁷ SHŪGŌ, CLARK, "An Overview of...", cit., pp. 22-25.

La seconda differenza principale riguarda la modalità di iscrizione dei testi: questi, infatti, venivano intagliati in una matrice separata o, alternativamente, non venivano aggiunti alla matrice fino al completamento del disegno principale. Era pratica comune, inoltre, preparare un sigillo (o più) diverso per titolo della serie, titolo della stampa, nome del produttore, e, in qualche caso, anche per quello dell'artista, piuttosto che intagliarli direttamente nella matrice. Terminato il lavoro di stampa, poi, questi sigilli sarebbero stati impressi su ogni foglio a mano, una pratica possibile solo grazie alle edizioni ridotte per questi lavori specialmente commissionati, ma anche il motivo per cui molti dei *surimono* rimasti non sono provvisti di sigilli¹⁸.

Tra le botteghe più conosciute specializzate nella produzione di *surimono* abbiamo, oltre a quella di Kubo Shunman, le botteghe di Ryūsai e Shūchōdō; per quanto riguarda gli editori, invece, troviamo Igaya Kan'emon, Maruya Jinpachi, Iseya Magobei (?) e altri¹⁹.

I temi rappresentati riguardano nella maggior parte dei casi nature morte o figure umane; tuttavia, essendo personalizzabili non sono limitate esclusivamente ad essi.

La categoria più numerosa è sicuramente rappresentata dalle nature morte, che includono un'ampia gamma di utensili per la scrittura, strumenti musicali, libri, giochi, pesci e conchiglie e così via²⁰. Gruppi di oggetti sono un tema popolare, anche se utilizzato raramente nelle stampe commerciali. Spesso venivano scelti per simboleggiare le attività per l'Anno nuovo, l'evocazione di eventi o personaggi di storie classiche ben note al pubblico colto per cui erano destinate le stampe, oppure, occasionalmente per rappresentare una particolare città o regione: "Invariably celebratory and auspicious, their very 'stillness' made them particularly appropriate for the beginning of spring, which was associated with qualities of peacefulness and tranquillity²¹". Molti *surimono* possono essere una tipologia di *mitate* o esempi di elaborate paronomasie grafiche, mentre altri sono semplicemente per bellezza²².

Un concetto di base dei soggetti di molte stampe *ukiyo-e* è la nozione di *mitate* 見立て, che letteralmente significa "confronto", ma traducibile come "parodia" o "analogia". L'essenza del *mitate* è un divertente accostamento di due concetti diversi, ad esempio, una selezione di bellezze rispetto ai punti panoramici di Edo o un gruppo di bambini che imitano famosi poeti del passato. Svelare gli strati di significato celati all'interno di una stampa *mitate* ben realizzata offre un senso di piacere intellettuale non dissimile dalla gioia di risolvere un difficile cruciverba. La grande

¹⁸SHŪGŌ, CLARK, "An Overview of...", cit., pp. 32-33.

¹⁹SHŪGŌ, CLARK, "An Overview of...", cit., p. 35.

²⁰SHŪGŌ, CLARK, "An Overview of...", cit., p. 28.

²¹ POLLARD, HANAOKA, "Plum Blossom...", cit., p. 117.

²² Sarah THOMPSON, "The World of Japanese Prints", *Philadelphia Museum of Art Bulletin*, 82, 349/350, 1986, cit., p. 28.

popolarità di queste stampe ‘enigmistiche’, in cui i disegnatori hanno attinto a una così ampia gamma di allusioni letterarie, è una testimonianza dell'elevato livello di conoscenza generale della classe mercantile di Edo. Educazione e letteratura non sono più limitate alla classe superiore. Facendo satira dei temi classici (e non solo, anzi, si potrebbe persino dire che invece di limitarsi a ‘parodiare’ ormai lontani classici del periodo Heian, un *mitate* potrebbe, in realtà, stare rielaborando un’opera di pochi anni prima²³), gli artisti *ukiyo-e* non ridicolizzavano queste idee, piuttosto le rivendicavano come parte del proprio patrimonio intellettuale, soggetto allo stesso atteggiamento arguto e irriverente che esprimevano nei confronti della vita in generale²⁴.

²³ Timothy T. CLARK, “Mitae-e: Some Thoughts, and a Summary of Recent Writings”, *Impressions*, 19, 1997, cit., p. 26.

²⁴ THOMPSON, “The World of ...”, cit., p. 22.



Figura 6 Sake per la Festa delle Bambole (ひな祭りの白酒, *Hinomatsuri no shirozake*), Kubo Shunman, (1757-1820), 1815, *nishikie surimono*, 16.1 x 32.2 cm., Library of Congress Prints and Photographs Division Washington, D.C..

Come possiamo osservare, la scena è ambientata nel giorno dell'*Hinomatsuri* 雛祭り, o Festa delle bambole, che cade ogni anno il 3 marzo; in questo giorno i parenti delle famiglie con bambine piccole pregavano affinché vengano loro donate bellezza e salute. Si pensa infatti che le bambine "cedessero" la propria sfortuna alle bambole, allontanandola da loro stesse. Naturalmente essendo una festa non può mancare il *sake*, o più precisamente lo *shirozake* 白酒.

Il *sake* (prodotto con riso, acqua e *kōji* 麹), oltre a essere un elemento indispensabile nei rituali, è anche il protagonista assoluto di banchetti, feste e simposi, insieme alla poesia, al canto, alla musica e alla danza²⁵. Il *sake* è un liquore che racchiude moltissime simbologie e che pertanto rappresenta un elemento molto versatile nella cultura generale giapponese.

Bere *sake* insieme a qualcuno può rappresentare una forma di rispetto verso quella persona, una manifestazione di stima che avvicina rivali o nemici, un patto tra uomini d'onore che provano rispetto verso l'un l'altro²⁶. Ma allo stesso tempo è una bevanda alcolica, che altera lo stato fisico e mentale di chi la beve, coinvolgendo i ricordi e portando infinita malinconia e tristezza; oppure, è

²⁵Bonaventura RUPERTI, "Food Culture and Traditional Performing Arts in Japan" in Maria Roberta Novielli, Bonaventura Ruperti e Silvia Vesco (a cura di) *Italy-Japan. Dialogues on Food*, Venezia, Fondazione Università Ca' Foscari, 2021, cit., p. 75.

²⁶RUPERTI, "Food Culture and...", cit., p. 77.

un mezzo con cui frenare la propria modestia e riluttanza nel confidare i propri più intimi segreti ad uno spettatore vicino; oppure ancora come strumento di seduzione e perdizione.

Il *sake* si può pertanto considerare una bevanda sacra, oggetto di passioni e divertimenti infiniti dagli uomini, animali fantastici e dai demoni. Consumare *sake* o un surrogato insieme ad altri in momenti speciali è quindi anche un modo per propiziare buona sorte e speranze per il futuro²⁷, come sottolineato dall'illustrazione di questo *surimono*.



Figura 7 Sake per la Festa delle Bambole(ひな祭りの白酒, *Hinamatsuri no shirozake*), Kubo Shunman, (1757-1820), 1815, nishikie surimono, 16.1 x 32.2 cm., Library of Congress Prints and Photographs Division Washington, D.C., dettaglio 1.

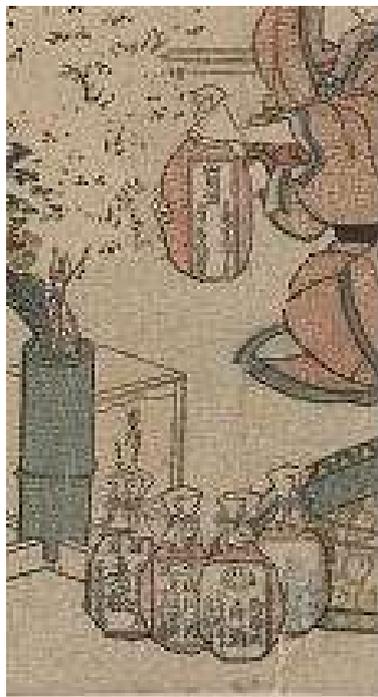


Figura 8 Sake per la Festa delle Bambole(ひな祭りの白酒, *Hinamatsuri no shirozake*), Kubo Shunman, (1757-1820), 1815, nishikie surimono, 16.1 x 32.2 cm., Library of Congress Prints and Photographs Division Washington, D.C., dettaglio 2.

²⁷ R 76 -78



Figura 9 Vecchio pescatore con un salmone nel cesto, Kubo Shunman, (1757-1820), nishikie surimono, 19.4 x 13.2 cm., H. O. Havemeyer Collection, donazione di H. O. Havemeyer, 1929, MET Collection API, New York, NY

A differenza del *surimono* precedente, l'immagine qui presentata è di un semplice pescatore sulla costa che osserva l'alba sulla strada di casa. Nonostante sia apparentemente più povera di dettagli, la figura non è meno complessa, né per il posizionamento né per le sue azioni. Possiamo notare la cura che l'artista mette nel riprodurre il pesce fin nei minimi particolari, con le squame, gli occhi, le piccole pinne davanti alle branchie, il boccheggiare del pesce morente e lo sguardo fisso, sbarrato.

L'impatto di questi elementi contrasta con la morbidezza del bagnasciuga, sfiorato dalla schiuma del mare e dei colori utilizzati, dai toni caldi e rilassanti tra rosso, bianco, rosa e marrone che sono in antitesi rispetto al tocco verde blu degli abiti e il freddo grigio del pesce morente.



Figura 10 Tuffatrice e bambini con frammenti di testo "Kyō wa ne no hi no ama naraba kami matsu o oda ni hikamashi mono o..."
 『今日は子の日か海女ならば海松をだに引かましものを』, della serie Shōfudai Hisakataya Bunbunsha Tosa nikki 「松風台久型屋 文々舎 土佐日記」, diario del viaggio a Tosa per Shōfudai, Hisakataya e Bunbunsha, Kubo Shunman, (1757-1820), 1815 circa, nishikie surimono, 20.1 cm x W. 17.7 cm., Harvard Art Museums/Arthur M. Sackler Museum, donato da Friends of Arthur B. Duel

Questo *surimono* si ispira agli aventi narrati ispirati dal testo del *Tosa nikki*. Il *Tosa nikki* 土佐日記 (935 d.C.) è il racconto del ritorno verso la capitale del tempo, Kyoto, da Tosa, allora una lontana provincia, compiuto dal governatore provinciale e poeta Ki no Tsurayuki 紀貫之 (872 – 945).

Il racconto è composto da poesie che narrano esperienze e sensazioni da lui provate, apparentemente scritte nel corso del viaggio. In questo *surimono* il tema è la pescatrice di molluschi e i bambini che la guardano; il testo è accompagnato da poesie di Kajitsute Tokiwa e alcuni colleghi.

Immergersi è il lavoro di una vita: si inizia nelle acque poco profonde a undici, dodici anni e a volte si arriva fino ai sessantacinque. Essere in maternità non è un valido motivo per interrompere il lavoro: una donna incinta può continuare a immergersi fino al giorno del parto e allattare nelle pause tra i turni di immersione. Queste tuffatrici si chiamano *ama* 海女²⁸.

Nel periodo Edo (1603-1868) era presente una opposizione strutturale tra le donne *ama* e le cortigiane dello Yoshiwara. Se le cortigiane incarnano l'ideale di bellezza femminile e sono la fonte di desideri irrealizzabili, le *ama*, che lavorano spoglie in mare sono conosciute per i loro modi semplici e grezzi. Esse rappresentano la sensualità primitiva e passionale non contaminata dall'eccessivo perfezionismo della società urbana di Edo e pertanto si presume siano sessualmente libere e raggiungibili. Rilassandosi dopo un'immersione, queste donne disadorne, 'naturali' e 'disinvolte', raggiungono la monumentalità e serenità delle loro cugine di Yoshiwara.

La versione sessualizzata delle *ama* nel successivo XVIII secolo è il risultato dello scontro tra diversi fattori nel corso del tempo. Nonostante l'immagine romanzata della letteratura antecedente al periodo Edo, gli artisti *ukiyo-e* non iniziarono a sessualizzarle fino allo sviluppo del nuovo genere di stampe dette 'immagini pericolose' o *abunae* 危な絵²⁹.

²⁸ Suk Ki HONG, Hermann RAHN, "The Diving Women of Korea and Japan", *Scientific American*, 216, 5, 1967, cit., p. 34.

²⁹ Danielle TALERICO, "Interpreting Sexual Imagery in Japanese Prints: A Fresh Approach to Hokusai's 'Diver and Two Octopi'", *Impressions*, 23, 2001, cit., pp. 31-32.



Figura 11 Donna che intrattiene un cliente con dal liquore, Kubo Shunman, (1757-1820), nishikie surimono, 21.1 x 14 cm., H. O. Havemeyer Collection, donazione di H. O. Havemeyer, 1929, Met Collection API, New York, NY

Questo *surimono* è stato realizzato per inviare un messaggio di buon auspicio per l'arrivo del nuovo anno. Il primo elemento che ne rivela il tema è il ramo di pino, simbolo di eterna giovinezza, che viene posizionato in modo da risaltare subito alla vista. Il pino è inoltre una delle tradizionali

decorazioni che vengono create per festeggiare il nuovo anno e il suo utilizzo nelle composizioni floreali per questa occasione è ben documentato. Insieme al pino troviamo anche un rametto di agrifoglio che avrebbe la capacità di allontanare i demoni dalla propria casa³⁰. In primo piano abbiamo invece un'offerta di *kagami mochi* 鏡餅, una delle pietanze tipiche della festività.

An offering of rice-cakes along with sake, salt and water is the most common food offering. The cakes are made from a special kind of glutinous rice and are known as *kagami* (mirror)-*mochi* due to resemblance in shape to round mirrors. These are commonly placed before the kami in sets of two, possibly as a representation of the moon and the sun. Sometimes the smaller is red to represent the sun and the larger one on which it is set is white to represent the moon³¹.

Una cortigiana vestita con un kimono con decorazioni floreali versa al suo cliente del *sake otoso* 屠蘇, che a differenza del *sake* comunemente servito durante l'anno viene presentato in un recipiente simile ad una teiera. Il motivo è connesso alla sua preparazione, in quanto lo *otoso* viene infuso con delle erbe medicinali. Mentre in tempi moderni la base è semplice *sake*, aristocratici e dottori a volte usavano il *mirin* 味醂 (vino di riso dolce usato in cucina) come base, creando un sapore generalmente più dolce. I caratteri che ne compongono il nome significano rispettivamente massacro (屠) e rinascita (蘇), simboleggiando così i valori di fine e rinnovo del nuovo anno³².



Figura 13 Donna che intrattiene un cliente con del liquore, pino e agrifoglio, dettaglio.



Figura 12 Donna che intrattiene un cliente con del liquore, sake alle erbe, otoso お屠蘇, dettaglio.

³⁰ Helen C. GUNSAULUS, "The Japanese New Year's Festival, Games and Pastimes", *Leaflet*, 11, 1923, cit., p. 4.

³¹ YAMADA, Taka, "Shinto Symbols (Continued)", *Contemporary Religions in Japan*, 7, 2, 1966, cit., p. 115.

³² *New Year's Tradition: O-Toso Sake* | JSS, "Japan Sake and Shochu Makers Association | JSS", <https://japansake.or.jp/sake/en/topic/quick-guides/new-years-tradition-otoso-sake/>, 05-02-2023.



Figura 14 Sushi e sake, 寿司と酒, Ryūryūkyō Shinsai 柳々居辰斎 (1799–1823), 1810 circa, nishikie surimono, 13.3 x 18.4 cm., H. O. Havemeyer Collection, donazione di H. O. Havemeyer, 1929, Met Collection API, New York, NY.

Cambiando tipologia di soggetto, passiamo a trattare di *surimono* con natura morta. In questo primo esempio abbiamo un vassoio di sushi, accompagnato da una tazza *sake*. I *kyōka* che accompagnano l'immagine si riferiscono al Nanatsu Ume, un'etichetta premium di *sake* secco prodotta a Itami, nella regione Sesshu presso Osaka, al sushi con gamberi (*ebi no sushi* 海老の寿司) e al riso racchiuso nelle foglie di bambù (*sasamaki* 笹巻き) che vediamo in secondo piano nell'illustrazione. Sebbene la carta sia di fattura pregiata, questo *surimono* non è abbellito con particolari tecniche.



Figura 15 Alimenti a base di alghe e utensili da cucina, Kubo Shunman, (1757-1820), nishikie surimono, 21.3 x 18.4 cm., H. O. Havemeyer Collection, donazione di H. O. Havemeyer, 1929, Met Collection API, New York, NY.

Un abbinamento molto comune nei *surimono* è l'accostamento di ingredienti con un utensile utile alla sua preparazione. Possiamo osservare esempi di ciò nelle stampe *Alimenti a base di alghe e utensili da cucina* e *Caco su un vassoio*. La disposizione degli elementi è molto semplice e diretta, e rimanda a scene di vita quotidiana. I cachi, soprattutto quando disidratati (conosciuti come *hoshigaki* 干し柿), sono simbolo di lunga vita e buona fortuna e vengono utilizzati come decorazione nella festività dell'Anno nuovo, oltre ad essere in generale un frutto molto apprezzato e con molteplici modi di gustarlo. In associazione alle arance, come possiamo vedere in *Arance e hoshigaki*, recano un auspicio di buona fortuna e salute.



Figura 17 Arance e hoshigaki, mikan to hoshigaki 蜜柑と干し柿, Kubo Shunman, (1757-1820), nishikie surimono, 20.3 x 17.9 cm., H. O. Havemeyer Collection, donazione di H. O. Havemeyer, 1929, Met Collection API, New York, NY.



Figura 16 Caco su un vassoio, kaki 柿, Kubo Shunman, (1757-1820), nishikie surimono, 20.3 x 17.9 cm., H. O. Havemeyer Collection, donazione di H. O. Havemeyer, 1929, Met Collection API, New York, NY.



Vitali nella preparazione di moltissime pietanze, le alghe di varie qualità sono un ingrediente estremamente importante della cucina giapponese. Non possiamo dimenticare, però, il significato simbolico di questo cibo, connesso al valore della longevità. In questo *surimono* possiamo vedere due semplici preparazioni che fanno uso di alghe, tra cui in particolare il *mozuku* もずく, tipica dell'attuale Okinawa, che possiamo trovare pronto nella ciotola in primo piano.

Figura 18 Cibo a base di alghe, kombumaki 昆布巻き, Kubo Shunman, (1757-1820), nishikie surimono, 21.3 x 18.4 cm., H. O. Havemeyer Collection, donazione di H. O. Havemeyer, 1929, Met Collection API, New York, NY.



Figura 19 Cibo a base di alghe, kombumaki 昆布巻き, Kubo Shunman, (1757-1820), nishikie surimono, 21.3 x 18.4 cm., H. O. Havemeyer Collection, donazione di H. O. Havemeyer, 1929, Met Collection API, New York, NY. Dettaglio ciotola di mozuku.



Figura 20 Orata e molluschi, tai to nishikiuzugai 鯛と錦渦貝, Kubo Shunman, (1757-1820), nishikie surimono, 20.3 x 17.9 cm., H. O. Havemeyer Collection, donazione di H. O. Havemeyer, 1929, Met Collection API, New York, NY.

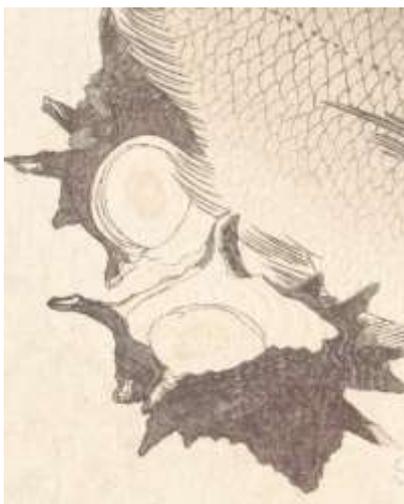


Figura 21 Orata e molluschi, tai to nishikiuzugai 鯛と錦渦貝, dettaglio 1.

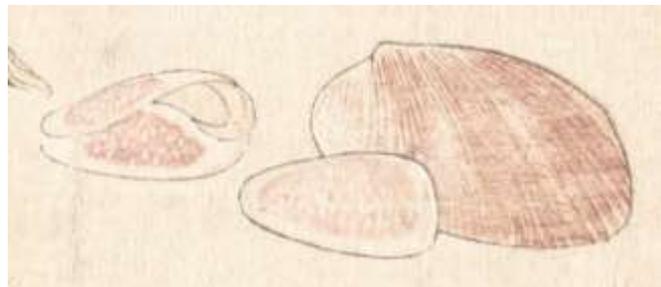


Figura 22 Orata e molluschi, tai to nishikiuzugai 鯛と錦渦貝, dettaglio 2.

Come osservato in precedenza, pesci e molluschi sono un altro soggetto favorito per i *surimono* con natura morta. In questo esempio possiamo vedere un sarago, o orata, abbinato a due specie di molluschi. Sempre associato alla buona sorte, viene esteticamente apprezzato sia per la forma che per il colore. Inoltre, il nome ‘*Tai*’ (鯛) suona molto simile a ‘*medetai*’ (めでたい, propizio) e rimanda anche a diversi giochi di parole e modi di dire. Infine si dice che il corpo stesso del pesce porti fortuna, grazie alla forma di un particolare osso al suo interno, che viene considerato un talismano della buona sorte³³.

³³ Yumiko, "今が旬！鯛はなぜ縁起がよいといわれるの？(季節・暮らしの話題 2019年03月06日) - tenki.jp", tenki.jp, https://tenki.jp/suppl/y_kogen/2019/03/06/28900.html, 06-02-2023.



Figura 23 Regalo di commiato del Cavallo dalla serie 'Selezione di Cavalli', uma no senbetsu, "uma zukushi" 馬の饞別, 「馬尽くし」, Katsushika Hokusai (1760–1849), 1822, nishikie surimono, 20.5 x 18.2 cm., Clarence Buckingham Collection, Art Institute of Chicago, Illinois.



Figura 24 Regalo di commiato del Cavallo dalla serie 'Selezione di Cavalli', una no senbetsu, "uma zukushi" 馬の饞別, 「馬尽くし」, dettaglio fibbia.

Restando in tema di festeggiamenti per l'anno nuovo, questo *surimono* spicca per l'arancione della custodia per il *kiseru* (煙管) con inclusa la tabacchiera, la cui fibbia è impreziosita con pigmenti argentati dalla forma stilizzata di un cavallo. Il set si appoggia a una scatola rotonda di bambù contenente del *denbu* 田麩, pesce finemente tagliato e aromatizzato. Sulla scatola troviamo contrassegnato 'Umagae Dembu Hasegawa-chō, Tokugawa', nome e indirizzo del negozio e la pietanza venduta; a completare il tutto, uno stuzzicadenti e il suo astuccio appoggiati sulla scatola. Dietro la custodia del *kiseru* è presente una leggera impronta dalla forma regolare, di origine incerta. L'illustrazione è un modo molto sottile di celebrare l'anno 1822, anno del cavallo³⁴.

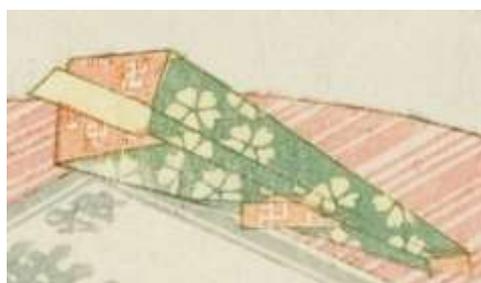


Figura 25 23 Regalo di commiato del Cavallo dalla serie 'Selezione di Cavalli', una no senbetsu, "uma zukushi" 馬の饞別, 「馬尽くし」, dettaglio stuzzicadenti.

³⁴ Fuji Arts Japanese Prints - Farewell Gift for the Horse Surimono by Hokusai (1760 - 1849), "Fuji Arts Japanese Prints - Japanese Woodblock Prints and Decorative Arts", <https://www.fujiarts.com/cgi-bin/item.pl?item=678822>, 06-02-2023.



Figura 26 Topo che mangia dei cachi disidratati, nezumi 鼠, Teisai Hokuba (1771–1844), 1802, nishikie surimono, 19.4 x 13.2 cm., William Sturgis Bigelow Collection, donazione di William Sturgis Bigelow (1911) al Museum of Fine Arts Boston, Massachusetts.

Nonostante il simile intento di celebrare l'Anno nuovo, questa stampa si distingue per la curiosa scelta dell'animale rappresentato. Osservando solo l'animale si potrebbe datare la stampa al 1804, anno del topo, tuttavia, in alto a sinistra è chiaramente visibile la demarcazione 壬戌とし (*mizunoe inu [no] toshi*), che pertanto indica l'anno 1802, anno del cane. Il topo viene rappresentato mentre mangia dei cachi disidratati.



Figura 28 Gelatina yōkan dal Funabashiya in Sagachō, Fukagawa (Fukagawa Sagachō Funabashiya yōkan 深川佐賀丁舟ハシ屋羊かん), serie "Prodotti famosi di Edo", a cura di Kubo Shunman (Edo Meibutsu Shunman sei 江戸名物俊満制) su commissione del gruppo Gogawa, Hokutei Joren 北鼎如連, 1817, nishikie surimono con pigmenti metallici, 18.9 x 17 cm., Herbert H. Jennings Collection, Ashmolean Museum, Oxford.



Figura 27 Gelatina yōkan dal Funabashiya in Sagachō, dettaglio anatre mandarinate.



Figura 29 Gelatina yōkan dal Funabashiya in Sagachō, dettaglio gruppo Gogawa.



Figura 31 Gelatina yōkan dal Funabashiya in Sagachō, dettaglio noshi.

Questa stampa appartiene alla serie “Prodotti rinomati di Edo”, prodotta Kubo Shunman (*Edo Meibutsu Shunman sei* 江戸名物俊満制) nel 1817, in cui presenta famose botteghe di Edo e i loro prodotti più noti: in questo caso abbiamo il negozio di dolci Funabashiya e la sua specialità, gelatina di fagioli *yōkan* 羊羹. Lo *yōkan* viene presentato contenuto in un involucri di bambù le cui venature sono state meticolosamente rese con un leggero rilievo, ricercando un effetto realistico; il tutto viene posto in una ciotola laccata di giallo decorata con una coppia di anatre mandarino, simbolo di felicità coniugale. Sopra l’involucro è presente un pezzo di carta con i caratteri di ‘Naniwa’ (難波, nome antico di Osaka) e quello

che potrebbe essere il carattere di *kan* 羹, gelatina. Poiché il negozio di dolci Funabashiya era famoso per la sua gelatina ‘*naniwakan*’, potrebbe dimostrare la presenza di rapporti commerciali tra la capitale e la regione Kamigata, vicino Osaka e Kyoto, i cui prodotti erano tradizionalmente considerati superiori dagli abitanti di Edo; ironicamente, la ‘*naniwakan*’ era realizzata esclusivamente a Edo. Accanto alla ciotola troviamo il coltello per tagliare lo *yōkan*, mentre appoggiato su un lato si trova una decorazione di carta blu detta *noshi* 熨斗, tradizionalmente consegnata insieme a dei regali in segno di buona sorte. All’interno della carta è stato posto un fiore di susino, con lo stame impreziosito da pigmenti d’oro. È possibile che il *surimono* rappresenti il momento in cui lo *yōkan* viene aperto.

Questo *surimono* fu prodotto da Kubo Shunman su commissione del gruppo Gogawa e il disegno fu fornito dall'artista Hokutei Joren, un allievo di Hokusai che usava i nomi d'arte Joren e Teppitsu. Il logo a forma di clessidra del gruppo Gogawa e il titolo della serie, visibile nell'angolo in alto a destra della stampa, sono stati impressi in rosso a stampa completata. Nella prima poesia la frase "*umashi to homen*" è un *kakekotoba* 掛詞 o gioco di parole: sottolinea prima "elogiando il gusto delizioso" [dello *yōkan*] e poi "elogiando la grande abilità" [nel suonare lo *shamisen* 三味線 (strumento giapponese a tre corde)]. La parola "*sao*" ha anche un doppio significato, riferendosi sia al manico dello *shamisen* (竿) sia all'unità di misura giapponese del conteggio dei blocchi di gelatina di *yōkan* (棹)³⁵.

³⁵ POLLARD, HANAOKA, “*Plum Blossom...*”, cit., pp. 122-123.

Elogiando il gusto	ajiwahi o	棹 哥 鶯 う 味 と 三 か ま ひ と 弦 の し を な の と ほ へ て め ん
delizioso,	umashi to homen	
l'usignolo	uguisu ka	
canta affascinato insieme	utasangen no	
al suono dello shamisen ³⁶ .	sao to tonahete	
Shinshintei Hatamochi	森々亭畑持	

La gelatina Naniwakan	naniwakan	風 梅 大 其 難 の か 江 名 波 の 香 戸 に かん と そ の め ん け ふ て さ る て
ha un nome così conosciuto	sono na ni metete	
che si diffonde al vento	ō-edo no	
di Edo come	ume ka ka souru	
la fragranza dei susini ³⁷ .	kaze no notokesa	
Kōsuitei Tokugyo	好水亭得魚	

³⁶ Traduzione dell'autore

³⁷ Traduzione dell'autore

Nishikie 東錦絵: la stampa broccato

A partire dal 1740 fino a circa il 1765, i primi colori stampati su matrice sono apparsi su semplici immagini a due o tre colori. Questi *benizurie* 紅摺絵 ("immagini rosse") utilizzavano il rosso, il blu o il giallo e a volte venivano sovrastampati per creare colori secondari come il viola, l'arancione e il verde. A partire dal 1765 le competenze necessarie per utilizzare il sistema di registrazione *kentō* raggiunsero un livello tale da consentire la stampa di più matrici a colore e i *nishikie* 東錦絵 o "stampe broccato" a colori, come quelli creati da Suzuki Harunobu 鈴木春信 (1725? -1770) che divennero la norma³⁸. Le stampe multicolori erano così sorprendenti nel XVIII secolo che venivano chiamate "immagini di broccato", proprio perché sembravano ricche e sfarzose come un tessuto di broccato³⁹.

Per un artista pittorico dell'epoca, la costruzione di accostamenti pittorici irriverenti e ammiccanti di questo genere costituiva una specie di gioco. Dedicarsi alle possibilità creative del proprio mezzo ne offriva un altro. Il *nishikie*, la stampa policroma su matrice di legno, era in un certo senso una "nuova tecnologia" all'epoca. Non si trattava di una forma del tutto inedita ma di procedure perfezionate che utilizzavano la tecnica degli indicatori rialzati di *kentō* e *hikitsuke* 引きつけ per registrare matrici di stampa a più colori e per una produzione rapida di stampe più economiche.

Il primo artista riconosciuto ad aver lavorato sulle stampe colorate è Suzuki Harunobu che portò allo sviluppo del *nishikie*. Tre sono le qualità che contraddistinguono l'approccio "scherzoso" di Harunobu con il mezzo del *nishikie*: la precisa articolazione lineare, la costruzione spaziale versatile e la delicata modulazione dei rapporti cromatici.

La struttura della composizione sottolinea anche una certa peculiarità nelle sue figure. Mentre le forme rettilinee definiscono con precisione il campo spaziale e la proiezione della profondità, le curve ritmiche lineari che corrono lungo i margini inferiori dei loro orli, insieme all'anonimo pavimento sottostante, generano una singolare leggerezza, una qualità "fluttuante" che divenne una caratteristica distintiva delle sue rappresentazioni⁴⁰. La coesione delle disposizioni lineari e cromatiche di Harunobu, il senso di vivacità proporzionato alla struggente sensibilità dei suoi temi

³⁸ Michele DERRICK, Joan WRIGHT, Richard NEWMAN, "Plant Dye Identification in Japanese Woodblock Prints", *Arnoldia*, 74, 3, 2017, cit., p. 12.

³⁹ Deborah PARKER, "New Perspectives on Japanese Prints: 'The Moon Has No Home': Japanese Color Woodblock Prints from the Collection of the University of Virginia Art Museum", *The Virginia Quarterly Review*, 80, 2, 2004, cit., p.206.

⁴⁰ David Raymond BELL, "Learning, Play, and Creativity: *Asobi*, Suzuki Harunobu, and the Creative Practice", *The Journal of Aesthetic Education*, 50, 4, 2016, cit., pp. 96-97.

pittorici e la capacità di sostenere un programma coerente di novità creativa nelle sue costruzioni pittoriche distinguono chiaramente le sue opere sul mezzo del *nishikie* da quelle dei suoi contemporanei⁴¹.

Processo di stampa

Il processo di realizzazione delle stampe *nishikie* prevede tre fasi: disegno, incisione e stampa. È necessario un grande impegno prima che una stampa sia portata a termine per l'intero processo.

Inizialmente, c'è il lavoro dell'artista. Egli inizia creando una bozza dell'immagine da realizzare e la sottopone all'editore per l'approvazione. Una volta accettata, esegue il ricalco finale su un foglio di carta detta *minogami* 美濃紙 per facilitare all'incisore la visione dei dettagli più piccoli. Attende quindi le prove di stampa della matrice dalle mani dell'incisore. A seguire, dopo aver visionato le prove l'artista elabora lo schema dei colori, un colore su ogni foglio per le matrici dei colori, e li invia nuovamente all'incisore.

Una volta ricevuto il disegno finito e pronto per la realizzazione della matrice, l'incisore lo incolla a faccia in giù sulla matrice preparata. Terminata l'asciugatura, inizia il suo lavoro di incisione ripercorrendo le linee e svuotando gli spazi. L'incisore deve essere eccezionalmente abile nell'usare gli accorgimenti tecnici del mestiere, tra cui le tecniche del *menbori* 面彫り (intaglio delle superfici), *kebori* 毛彫り (intaglio dei capelli), *mudabori* 無駄堀 (rimozione dell'eccesso⁴²), *itabokashi* 板ぼかし (incisione in obliquo con una lama piatta delle superfici colorate, in modo che i colori non si uniformino sulla carta, esprimendo così una gradazione di colore⁴³). Quando le matrici devono essere ritoccate, è sua responsabilità farlo con tecniche come lo *ireki* 入れ木 (aggiunta di pezzi di legno⁴⁴) e lo *umeki* 埋め木 (riempimento con pezzi di legno⁴⁵).

⁴¹ BELL, "Learning, Play, and ...", cit., p. 97.

⁴² BULL, D., *Glossary of Japanese Printmaking Terms*, "Woodblock.com - Opening Page", http://woodblock.com/encyclopedia/entries/010_01/010_01.html, 17-02-2023.

⁴³ 板ぼかし, "版画ネット", <https://www.hanganet.jp/yougo/glossary/itabakashi.html>, 17-02-2023

⁴⁴ 小学館, 入れ木 (いれき) の意味・使い方をわかりやすく解説, "goo 国語辞書", <https://dictionary.goo.ne.jp/word/入れ木/>, 17-02-2023.

⁴⁵ 小学館, 埋め木 (うめき) の意味・使い方をわかりやすく解説, "goo 国語辞書", <https://dictionary.goo.ne.jp/word/埋め木/#jn-20542>, 17-02-2023.

Una volta concluso l'intaglio della matrice, predispone una dozzina o più di prove di stampa e le invia all'artista per lo schema dei colori. Quando le prove di stampa contrassegnate con i colori gli vengono restituite, l'incisore intaglia le matrici dei colori, utilizzando per lo più entrambe le facce di ogni matrice per fare economia. Non appena le matrici sono pronte e adeguatamente testate, vengono inviate all'editore.

Infine, ultimo ma non ultimo è il tipografo. Il suo contributo al processo di completamento della stampa include le tecniche del *suriawase* 摺り合わせ (finitura manuale della superficie⁴⁶), *kakeawase* 掛け合わせ (sovrapposizione di due o più colori⁴⁷), *karazuri* 空摺り (espressione dei pattern tramite intaglio⁴⁸), *bokashi* 暈し (dissolvenza graduale del colore⁴⁹), *kimekomi* 木目込み (metodo di correzione⁵⁰), *kentōnaoshi* 見当直し (aggiustamento dei margini), ecc. La preparazione dei pennelli e del *baren* 馬連 e la miscelazione dei colori sono la sua routine quotidiana e costituiscono una parte molto importante del suo lavoro. Il tono della stampa finita dipende in gran parte dall'abile manipolazione del pennello e del *baren* da parte dello stampatore⁵¹.

In base al ridimensionamento ordinato ufficialmente nel 1790 da Matsudaira Sadanobu (松平定信, 1758-1829) tutte le pubblicazioni rientravano sotto il controllo del governo. I *nishikie* andavano contrassegnati con il simbolo 極, *kiwame*. Nella successiva era Bunka 文化 (1804-18) e poi ancora nell'era Tenpō 天保 (1830-44) questa regola venne leggermente modificata, e il *kiwame* venne sostituito dal sigillo *nanushi* 名主, e poi ancora dal sigillo *aratame* 改. Altri simboli presenti sulle stampe sono i sigilli per i segni zodiacali, il mese di pubblicazione e il nome dell'editore.

Questa norma originariamente posta per limitare il numero dei colori e delle matrici, per riservare lusso e stravaganza solo alla classe alta, ci ha donato dei criteri unici di valutazione per determinare

⁴⁶ 小学館, 摺り合 (わ) せ (すりあわせ) の意味・使い方をわかりやすく解説, “goo 国語辞書”,

<https://dictionary.goo.ne.jp/word/摺り合せ/#jn-120349>, 17-02-2023.

⁴⁷ 小学館, 掛 (け) 合 (わ) せ (かけあわせ) の意味・使い方をわかりやすく解説, “goo 国語辞書”,

<https://dictionary.goo.ne.jp/word/掛合せ/#jn-39454>, 17-02-2023.

⁴⁸ 小学館, 空摺り (からずり) の意味・使い方をわかりやすく解説, “goo 国語辞書”, <https://dictionary.goo.ne.jp/word/空摺り/>, 17-02-2023.

⁴⁹ 小学館, 暈し (ぼかし) の意味・使い方をわかりやすく解説, “goo 国語辞書”, <https://dictionary.goo.ne.jp/word/暈し/#jn-203252>, 17-02-2023.

⁵⁰ 小学館, 木目込み／極め込み (きめこみ) の意味・使い方をわかりやすく解説, “goo 国語辞書”, <https://dictionary.goo.ne.jp/word/木目込み/#jn-53983>, 17-02-2023.

⁵¹ MIHARA Shigeyoshi, “Ukiyoe. Some Aspects of Japanese Classical Picture Prints,” *Monumenta Nipponica*, 6, 1/2, 1943, cit., p. 255

la data di pubblicazione di ogni *nishikie*. Queste limitazioni, invece, hanno avuto l'effetto contrario di aumentare la ricercatezza nelle abilità tecniche e fascino dei *nishikie*⁵².

Soggetti

Inizialmente focalizzati sui temi del kabuki e delle case di piacere, i *nishikie* si espansero successivamente su scene di vita quotidiana e acquisirono grande popolarità. Sebbene non si possa dire che i *nishikie* del periodo Edo abbiano gli stessi standard divulgativi dei media pubblicitari odierni, ne troviamo alcuni che casualmente includono insegne presenti in luoghi famosi, mostrano o nominano direttamente delle botteghe e i loro prodotti o anche delle scene ambientate direttamente dentro botteghe, inseriscono prodotti nelle locandine con attori famosi di kabuki mentre altre mostrano la vita quotidiana dei cittadini come forme di pubblicità. Si ritiene che i mercanti che utilizzavano i *nishikie* come mezzo informativo collaborassero con gli editori a fini pubblicitari⁵³.

⁵² MIHARA, "Ukiyoe. Some...", cit., p. 257

⁵³ "錦絵 | コレクション | アドミュージアム東京". アドミュージアム東京", https://www.admt.jp/collection/category/?category_id=2, 06-02-2023.



Figura 32 Festa del ruscello serpeggiante, kyokusui no en 曲水の宴, Kubo Shunman, (1757-1820), nishikie, trittico ōban verticale, 37.4 x 74 cm, John Ware Willard Fund, Museum of Fine Arts Boston, Massachusetts.

Il tema di questo *nishikie* è il “*kyokusui no en*” (曲水の宴, festa del ruscello serpeggiante). In origine era una antica usanza cinese di cui si trovano le tracce fin dal 353 d.C.; i partecipanti aspettavano presso le sponde del ruscello e componevano poemi prima che le coppe piene di vino di riso galleggiasse fino alla loro posizione. Esportata in Giappone questa pratica venne adottata dalla classe aristocratica come svago per banchetti primaverili e prese il nome corrente di “*kyokusui no en*”. I partecipanti devono comporre un *tanka* (短歌, poema breve, composto da cinque unità di 5-7-5-7-7 sillabe) presso il ruscello, entro un tempo limite stabilito dal passaggio della tazzina di *sake* galleggiante sull’acqua. Una volta raggiunta la propria posizione era necessario berne il contenuto o per celebrare la poesia composta o per annunciare la propria sconfitta se il tempo non era stato sufficiente. Le prime tracce di feste di questo genere in Giappone risalgono al periodo Heian (平安時代, 794-1185 d.C.), grazie a menzioni presenti sia in documenti risalenti al periodo sia nel

“*Makura no soshi*” (枕草子, “Note del guanciale”), terminato nel 1002 d.C. da Sei Shōnagon, una dama alla corte dell’imperatore⁵⁴⁵⁵.

Punto focale del trittico è la figura maschile centrale, vestita con abiti rosso sgargiante che spiccano sui toni più neutri dell’ambiente che lo circonda. Lo spazio è scandito dal ritmo delle sponde del torrente, sulle cui acque galleggiano numerose tazzine di *sake*, *hai* 杯 e dagli alberi in fiore attorno a cui si concentrano i personaggi secondari.

Possiamo notare le differenze di classe osservando i tessuti riccamente decorati indossati dalla cortigiana all’estrema sinistra, simbolo del suo status sociale, insieme al numero delle vesti, alla posizione de suo pesante *obi* nero, ai sandali laccati di nero e alla complessa acconciatura. La sua importanza viene sottolineata dal fatto che tutte le altre cortigiane non intente nella scrittura stanno guardando lei, come se aspettassero le sue direttive.



Figura 33 Festa del ruscello serpeggiante, *kyokusui no en* 曲水の宴, dettaglio *hai* 杯.

In lontananza vediamo invece cittadini comuni intenti a mangiare e a divertirsi, anche loro seguiti da una cortigiana. La scena in primo piano è ulteriormente allontanata dagli altri personaggi presenti sia dal divisorio temporaneo posto nell’angolo in basso a destra del trittico, sia dall’albero centrale, dando la sensazione di una realtà separata. Questo appare ancora più evidente per il samurai in posizione centrale che è così intento nella sua poesia da creare un vuoto metaforico attorno alla sua figura.

Bisogna notare anche la cortigiana vestita di scuro che siede assorta nella parte destra del trittico: la sua espressione è incredibilmente naturale e spicca per l’assente serenità. È anche possibile che sia una rappresentazione dovuta al senso dell’umorismo dell’artista e che la cortigiana sia semplicemente assopita.



Figura 34 Festa del ruscello serpeggiante, *kyokusui no en* 曲水の宴, dettaglio donna.

⁵⁴ 曲水の宴, <https://www.jonangu.com/kyokusuinoutage.html>, 17-02-2023.

File: *A winding stream party.jpg* - *wikimedia commons*, “Wikimedia Commons” https://commons.wikimedia.org/wiki/File:A_Winding_Stream_Party.jpg?uselang=ja, 17-02-2023.

⁵⁵ *Wikiwand - Winding stream party*, Wikiwand, https://www.wikiwand.com/en/Winding_stream_party, 17-02-2023.



Figura 35 Ama 「海女」, Kitagawa Utamaro (1753 (?)-1806), 1797/98, nishikie, trittico ōban verticale, 38.3 × 75.1 cm, Clarence Buckingham Collection, Art Institute of Chicago, Illinois.

Richiamando il tema brevemente discusso in precedenza delle *ama*, questo trittico presenta una scena di vita quotidiana, durante una pausa tra le immersioni. Diventate un tema popolare per gli *abunae*, stuzzicano le menti degli spettatori in opposizione alle bellezze dello Yoshiwara grazie alla loro bellezza ‘al naturale’ e al fatto di essere più facilmente raggiungibili rispetto a costose cortigiane. La sessualizzazione di queste figure viene anche incoraggiata dalla creazione di parole quali *mizushōbai* (水商売, mercato dell’acqua), eufemismo per prostituzione, *mizuage* (水揚げ, iniziazione sessuale), o anche *mizushō* (水性, lascivo)⁵⁶.

Possiamo notare il dettaglio dei cesti pieni di molluschi di vario tipo: uno viene anche presentato allo spettatore mentre è sorretto in mano da una donna che, presumibilmente, sta chiedendo informazioni sul pescato appena concluso. Possiamo basare questa deduzione sul fatto che la donna *ama* con cui sta interagendo sta strizzando la veste ancora bagnata mentre tiene in bocca il suo strumento da lavoro e mentre la sua controparte è completamente vestita e, soprattutto, ha i capelli perfettamente acconciati. A completare il quadretto con uno spaccato di vita quotidiana ci sono altri

⁵⁶ TALERICO, “Interpreting Sexual Imagery...”, cit., p. 32.

due gruppi di figure: una donna che si pettina mentre allatta il figlio e altre due, forse più giovani, che giocano con i pesci nelle acque vicine.

L'artista dà prova della sua abilità nel rendere i capelli delle *ama*, che spostando lo sguardo verso sinistra sono mostrati progressivamente più asciutti, al punto di poter essere raccolti sulla schiena.



Figura 36 Ama 「海女」, dettaglio capelli 1.



Figura 37 Ama 「海女」, dettaglio capelli 2.



Figura 38 Ama 「海女」, dettaglio capelli 3.



Figura 39 Personaggi di vari drammi interpretano mercanti e clienti dalla serie "Ricche strade Jōruri", mizukashiyata "Jōruri-machi hanka no zu" 水菓子屋他「浄るり町繁栄の図」, Kubo Shunman (1757-1820), nishikie ōban verticale, 36.8 × 25.3 cm William Sturgis Bigelow Collection, Museum of Fine Arts Boston, Massachusetts

Questo *nishikie* rappresenta personaggi interpretati da attori di kabuki intenti a passeggiare in un mercato. Compare la bancarella “*Tamiya suika*” che vende cocomeri appena colti, una bancarella di dolci tenuti in fresco, una venditrice di ventagli accanto a una di sandali *geta*, una banchetto di fiori di crisantemo di varietà diverse e un pescivendolo.

È una scena ambientata in una tardo pomeriggio estivo, probabilmente poco prima del tramonto; infatti possiamo notare le lanterne non ancora accese nella bancarella di costumi e in mano al cliente del pescivendolo, oltre alla guardia notturna che osserva i crisantemi. La stagione si intuisce da diversi elementi, tra cui i pochi strati degli abiti di tutti i personaggi, i ventagli in vendita, i cocomeri, tipicamente consumati freschi durante l’estate e in particolare i crisantemi, che fioriscono a fine estate.

I colori di quest’opera sono particolarmente sgargianti, e pongono i personaggi sullo stesso piano: non ne spicca nessuno in particolare e non indicano una specifica direzione della narrazione. È un’interessante celebrazione dei personaggi, che invece di essere rappresentati nelle proprie storie, si trovano insieme ad altri, appartenenti ad altre storie ancora, in questo mercato che diventa così simbolo di una realtà alternativa in cui possono convivere tanti racconti diversi. Ad essere più precisi, è una realtà alternativa secondaria dentro la realtà alternativa presentata dalla dimensione teatrale, e che, pertanto, dimostra altrettante possibili letture diverse. Il titolo stesso è un gioco di parole, in quanto ‘*jōruri*’ 浄瑠璃 indica sia un tipo di dramma sia il nome della (ricca) strada con il mercato.



Figura 40 Mattino dopo una nevicata a Koishikawa, dalla serie “Trentasei vedute del Monte Fuji”, Koishikawa yuki no ashita, Fugaku sanjurokkei 礪川雪ノ旦「富嶽三十六景」, Katsushika Hokusai (1760–1849), 1822, nishikie surimono, 37.2 x 20 cm., donazione di Robert N Shaw, 1927, The British Museum, London.

L’immagine appartiene alla famosa serie delle Trentasei vedute del Monte Fuji, e presenta la mattina dopo una pesante nevicata a Koishikawa. L’opera è un contrasto di chiaroscuri, tra il blu di prussia tipico di Hokusai e il bianco della neve che delinea l’intero paesaggio.

Absolute protagonista è il Monte Fuji, che spicca, bianco, in lontananza contro il cielo azzurro. La costruzione degli spazi porta il nostro sguardo a posarsi su di esso seguendo l’indicazione della mano di una dei personaggi rifugiati nel ristorante. In realtà la donna indica tre uccelli a malapena visibili nella stessa direzione, ma il vuoto del cielo conduce la vista verso l’oggetto che più si distingue, facendoci concentrare sul tema principale delle serie, il Monte Fuji.

Celati tra la neve e la foresta sbucano dei tetti qua e là, indicando la presenza di un villaggio, ma i dettagli si perdono nascosti tra le nuvole. Poco oltre si scorge un lago che riflette il cielo con lo stesso blu di prussia. Intanto nel ristorante portano del cibo caldo, tra cui probabilmente anche una zuppa.



Figura 41 Topi che celebrano Daikoku nel giorno e ora del Topo, kinoene no nezumi 甲子の鼠, e Bue sensibile al cibo piccante, karashi-kiki no ushi からしききの牛, dalla serie dei "Dodici segni comici dello Zodiaco" "Dodici segni comici dello Zodiaco" Dōke jūnishi 「道化十二支」, a cura di Edoya Matsugorō, Utagawa Kuniyoshi (1797-1861), nishikie, ōban orizzontale o due chūban verticali, 35.5 x 23.9 cm, William Sturgis Bigelow Collection, Museum of Fine Arts Boston, Massachusetts.

Questa è una stampa umoristica basata sui segni dello zodiaco cinese. In particolare, i due segni presenti in quest'opera identificano il 1841, anno in cui si è concluso l'anno del topo ed è iniziato quello del bue, oltre ad essere l'anno di pubblicazione della stampa.

Iniziando a sinistra dall'anno che sta terminando, si vedono diversi topi in posizioni contorte che venerano Daikokuten, nel giorno e ora del topo, essendo una data particolarmente sacra per la divinità. Dietro ai topi possiamo scorgere un'offerta di *kagami mochi* accanto a cui si trova una lucerna a olio con lo stoppino bene in evidenza. Ad osservare con sguardo attento e impassibile da un buco della parete c'è un gatto, che sembra essere ipnotizzato dalla fiamma.

Nella seconda metà dell'opera invece troviamo dei buoi nel corso di un banchetto. Mentre uno si dispera per aver mangiato troppo piccante i suoi compagni, probabilmente ubriachi, se ne fanno beffe. Le note più comiche dell'opera sono sicuramente le loro espressioni rispettivamente di

disperazione, fastidio e incredulità. È interessante notare anche la loro gestualità, che ne rispecchia le emozioni. Segno ulteriore dell'eccesso presente in questa scena è la tazza il cui contenuto è stato rovesciato a terra durante l'agitazione.

La personificazione di oggetti e animali è una pratica relativamente comune. Tuttavia, in queste stampe non è propriamente corretto definirle tali in quanto i personaggi in questione mostrano solo la testa dell'animale e hanno il corpo di un essere umano. Non rivelano code, pelliccia o zoccoli di alcun tipo e non hanno altre caratteristiche animali quali l'istinto di allontanarsi da un predatore.

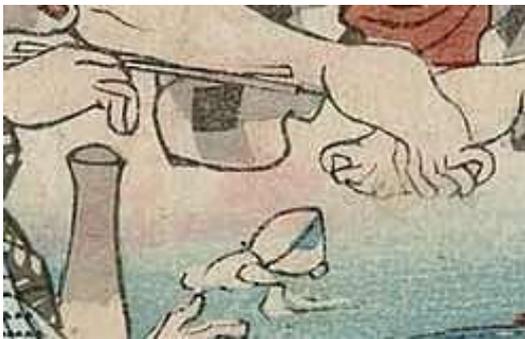


Figura 43 Bue sensibile al cibo piccante, karashi-kiki no ushi からしききの牛, dettaglio hai 杯 rovesciato a terra.



Figura 42 Topi che celebrano Daikoku nel giorno e ora del Topo, dettaglio giorno e ora del Topo, kinoene no nezumi 甲子の鼠.

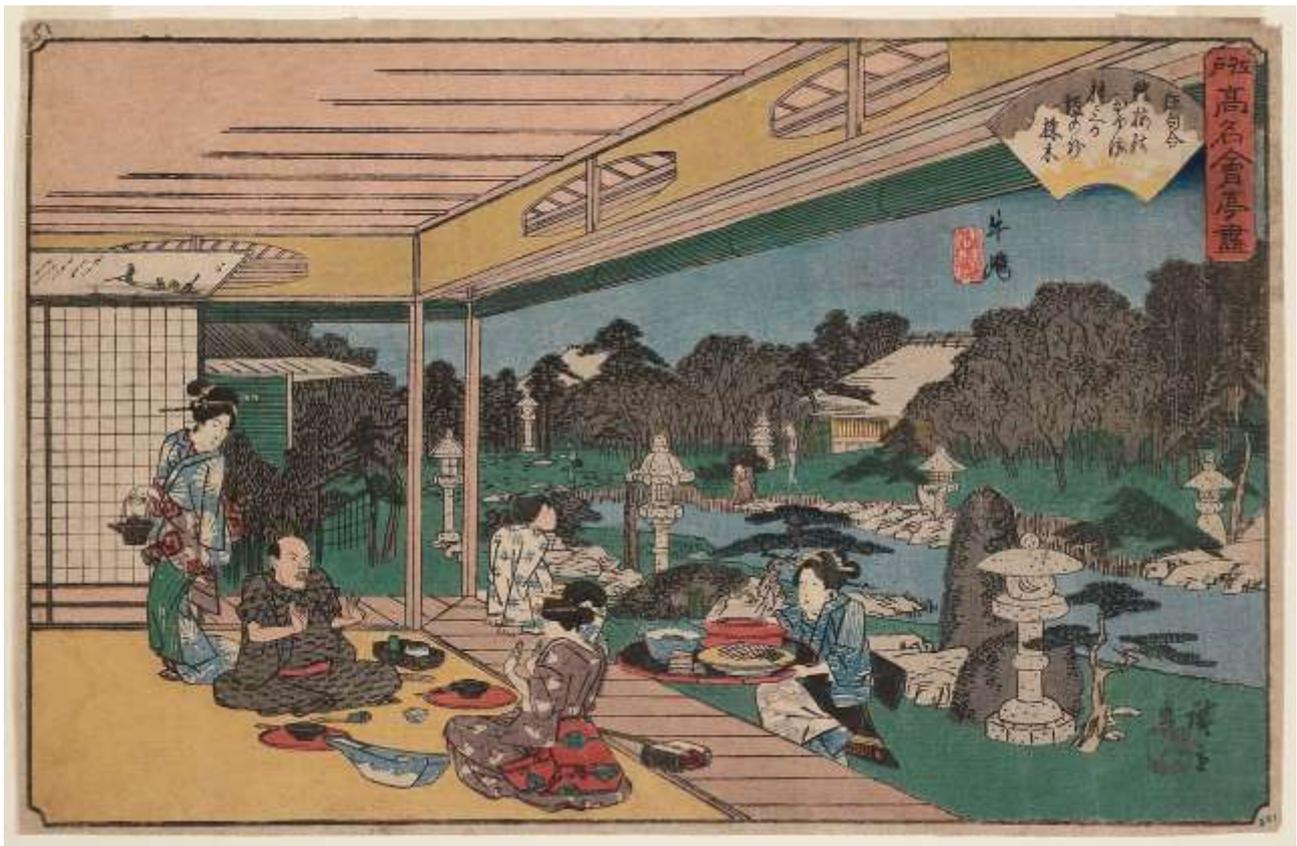


Figura 44 Ushijima, serata al Musashiya, Ushijima, Musashiya 牛嶋, 武蔵屋, dalla serie "Famosi ristoranti di Edo", Edo kōmei kaitei zukushi 「江戸高名会亭尽」 a cura di Fujiokaya Hikotarō (Shōgendō), Utagawa Hiroshige I (1797–1858), 1838–40 (Tenpō 9–11), nishikie, ōban orizzontale, 23.2 x 35.5 cm, William S. and John T. Spaulding Collection, 1917, Museum of Fine Arts Boston, Massachusetts.

La serie a cui appartiene quest'opera si distingue non solo per la qualità della stampa, ma anche per diversi elementi unici inclusi tra i soggetti rappresentati. Tutti i ristoranti raffigurati si trovano al di fuori dello Yoshiwara e sono connessi al grande gruppo delle popolari, sebbene illegali, case di piacere non autorizzate. La vista del ristorante Musashiya mostra lo stesso gentiluomo, presente anche nelle altre stampe della serie, che gioca a *ken* 拳 (antica versione del gioco sasso-carta-forbici) in dolce compagnia. Alcuni ipotizzano che sia un autoritratto. Forse Hiroshige ha ritratto sé stesso nella sua opera per sottolineare di essere anche lui un partecipante attivo tra i visitatori dei ristoranti⁵⁷. La scena presenta uno spazio aperto da cui si può accedere al giardino dove possiamo vedere un laghetto circondato da lampade in pietra e bonsai decorativi. Mentre Hiroshige si intrattiene giocando con la suonatrice di *shamisen*, riposto al suo fianco, una cameriera porta un grande vassoio di cibo e un'altra sta per allontanarsi con la teiera già utilizzata. In secondo piano una figura un po' in disparte osserva il giardino. La serie dei ristoranti funge da pubblicità in modo

⁵⁷ Hans Bjarne THOMSEN, "The Other Hiroshige: Connoisseur of the Good Life", *Impressions*, 24, 2002, cit., pp. 50-51.

molto efficace, ma osservando con più attenzione sembra esserci un secondo livello di lettura. L'idea di compilare una lista di ristoranti famosi e di tenerne un album illustrato ha origini molto più remote di Hiroshige. Se ne trovano tracce di entrambe le cose in tradizioni più antiche: in periodo Edo emerse un filone letterario dedicato agli 'intenditori', che comprendeva oltre alla letteratura dedicata al 'mondo effimero dei piaceri', liste dei migliori bordelli, delle cortigiane più abili, dei ristoranti più buoni e così via. Quindi al tempo di Hiroshige esistevano già molte altre testimonianze scritte sui ristoranti più famosi di Edo⁵⁸. Tuttavia oltre al possibile fine pubblicitario, è difficile stabilire quale fosse il reale scopo di questa serie. Nonostante le apparenze la bassa tiratura e l'auto-inserimento dell'autore tra i soggetti rappresentati rendono difficile credere che si tratti di un puro esercizio commerciale su commissione.

⁵⁸ THOMSEN, "The Other Hiroshige", pp.56.

Bijinga 美人画, ritratti di bellezze

Il *bijinga* 美人画, ‘ritratti di bellezze’ è uno dei generi più conosciuti dell’*ukiyo-e*. Un *bijinga* ritrae delle bellezze, *bijin* 美人, che il più delle volte sono figure femminili. Rappresentati in molte forme i *bijinga* spesso ci mostrano immagini idealizzate delle cortigiane e degli attori di kabuki dei quartieri di piacere. Ad un primo sguardo i *bijinga* appaiono come una sfilata di kimono sgargianti, come su una moderna passerella. Ogni dettaglio della postura viene accuratamente studiato per enfatizzare i preziosi motivi che decorano gli strati sovrapposti delle vesti. Come nelle pubblicità odierne, queste ‘bellezze’ stabiliscono le ultime tendenze e fungono da modelle per l’alta moda della nuova classe mercante cittadina (*chōnin* 町人) della capitale⁵⁹.

Nell’arte europea non esiste un genere paragonabile al *bijinga* e il modo di rappresentare le beltà femminili è molto diverso⁶⁰. Di solito non vengono rappresentati uomini in questo particolare genere probabilmente a causa dell’assenza dei rimandi poetici connessi all’immagine femminile. Non c’è un simile genere di dipinti dedicati agli uomini come per le donne. I ritratti maschili tendono a essere riservati a eroi o a personaggi storici, non ci sono rappresentazioni stereotipate o ritratti generici creati solo al fine di esprimere la bellezza⁶¹.

Sebbene ‘il mondo fluttuante’ e le sue rappresentazioni fossero indirizzate ai ricchi cittadini della capitale come una forma di evasione dalla stretta mentalità neoconfuciana del tempo, quasi ogni dettaglio dei *bijinga*, dai pattern sui costumi agli scenari, sono un’espressione dei confini sociali e delle differenze di classe. Un semplice motivo decorativo poteva identificare lo status sociale del portatore, oltre alla famiglia di appartenenza, o dimostrare la sua sensibilità raffinata al cambiamento delle stagioni. Inoltre, determinate combinazioni di colori e fogge sono appropriate solo in certe stagioni o addirittura vincolate ad alcune classi e lignaggi⁶².

Prodotti in vari formati e qualità, i *bijinga* di periodo Edo mostravano le ultime novità in fatto di stile e acconciature, le produzioni più recenti e gli attori più celebrati del teatro kabuki, certe sale da tè e ambienti per gli spettacoli e anche i festival del quartiere a luci rosse Yoshiwara, con le sue intrattenitrici. Insieme alle guide per lo Yoshiwara e libri per le maniere del ‘mondo effimero’, le

⁵⁹ Anna MOBLARD MEIER, "Beneath the Printed Pattern: Display and Disguise in Ukiyo-e Bijinga", *Books, pamphlets, catalogues, and scrapbooks*, 25, 2013, cit., p. 3.

⁶⁰ Pilar CABAÑAS, "Bijinga and Nature: A Single Beauty" in Pamela Asquith, Arne Kalland (a cura di), *Japanese Images of Nature: Cultural Perspectives (Man and Nature in Asia)*, London, RoutledgeCurzon, 1996, cit., p. 69.

⁶¹ CABAÑAS, "Bijinga and Nature..." , cit., p. 79.

⁶²MOBLARD MEIER, "Beneath the ...", cit., pp. 3-4.

stampe promuovevano la popolarità delle *bijin* più celebrate e rappresentavano un accesso visivo alle cortigiane più esclusive per l'ampio pubblico di Edo. Queste immagini riproducevano le mode della capitale, e, come suggerito da diversi studiosi, erano messaggi pubblicitari su commissione dei bordelli, teatri e manifatture tessili coinvolte⁶³.

Uno specchio della società del tempo

Come la società giapponese del periodo Edo, il mondo dello Yoshiwara era strettamente gerarchico. I suoi abitanti spaziavano dalle eleganti cortigiane di costose case di piacere come Ogiya (Casa del Ventaglio) o Chōjiya (Casa del Garofano), abili in arti come la poesia e la calligrafia, che avevano l'abilità di influenzare le mode del tempo, alle più umili donne della strada. Intrattenimento musicale e sagaci conversazioni erano forniti dalle geisha, che non erano prostitute ma intrattenitrici. Anche le cameriere che lavoravano in posti simili non erano non erano tecnicamente prostitute, ma certamente la loro bellezza era essenziale per il successo di una casa da tè o di un ristorante. Infine vi erano anche prostitute che lavoravano clandestinamente in zone della città diverse da quelle ufficialmente autorizzate come lo Yoshiwara⁶⁴.

I *bijinga* del primo periodo erano quindi opere di propaganda per lo Yoshiwara; venivano venduti non solo nei negozi, ma anche all'ingresso dei 'quartieri di piacere' o ancora dalle ospiti stesse, che li consegnavano ai loro clienti alla fine dell'incontro come ricordo. Col passare del tempo, però, tra i soggetti dei *bijinga* comparvero anche delle semplici ragazze di città e non più soltanto cortigiane, a simboleggiare la diffusione del suo raggio d'azione. Questo rese evidente che il potenziale divulgativo di tali stampe potesse essere sfruttato anche per fini differenti⁶⁵.

Leggendo il linguaggio pittografico dei *bijinga*, il popolo di Edo poteva identificare le cortigiane più illustri quando apparivano per i festival o mentre si recavano in città per impegni. Attraverso i *bijinga* lo spettatore è in grado di partecipare da lontano al miraggio ammaliante del 'mondo effimero'⁶⁶.

Altre stampe *bijin*, invece, avevano il fascino del familiare; si tratta di ritratti di donne reali: donne della classe mercantile, mogli e figlie di commercianti, note per la loro bellezza. Altre ancora

⁶³ MOBLARD MEIER, "Beneath the ...", cit., p. 6.

⁶⁴ THOMPSON, "The World of ...", cit., p. 14.

⁶⁵ Manuela CAPRIATI, "L'UKIYO-E COME ARTE «DI USO E CONSUMO»", *Il Giappone*, 41, 2001, cit., p. 49.

⁶⁶ MOBLARD MEIER, "Beneath the ...", cit., p. 7.

ritraevano leggendarie bellezze del passato, con costumi d'epoca o in versioni moderne che sfiorano la parodia.

Lo status sociale delle figure femminili che appaiono nelle stampe giapponesi può essere determinato, in una certa misura, dai loro abiti. In generale, le intrattenitrici di alto livello raffigurate in queste stampe si distinguono, ad esempio, in base al loro *obi* (帯, fascia) legato frontalmente. Le cameriere hanno costumi meno elaborati, con lo *obi* legato dietro. Le cameriere sono spesso difficili da distinguere dalle donne comuni, ma le geisha indossano tessuti speciali decorati con i propri simboli personali con i loro kimono. I giovani uomini che spesso accompagnano le donne, sia come clienti, amanti non paganti o anche (poiché che nel mondo fluttuante la bisessualità maschile è la norma) oggetti sessuali loro stessi, si distinguono per i pattern più semplici del loro abbigliamento e da una zona rasata sulla sommità della testa. Gli uomini più anziani, invece, si rasavano completamente la parte anteriore della testa⁶⁷.

⁶⁷ THOMPSON, "The World...", cit., pp. 16-14



Figura 45 La Komachi in viaggio, kayoi Komachi 通小町 dalla serie "Sette Komachi nel mondo effimero", Ukiyo Nana Komachi 「浮世七小町」, Torii Kiyonaga 鳥居清長 (1752-1815), 1780, nishikie, chūban verticale, 25.6 × 18.7 cm, Clarence Buckingham Collection, Art Institute of Chicago,

La scena presentata in questa stampa richiama un famoso dramma *nō* ispirato dalla vita della poetessa Ono no Komachi 小野小町, composto da sette parti di cui vediamo il quarto episodio, “La Komachi in viaggio” (*kayoi Komachi* 通小町). Si tratta di episodi riguardanti l’appassire della bellezza di Komachi e le sue poesie, episodi che vengono spesso presi come soggetto delle arti figurative. Nelle stampe dell'*ukiyo-e* le scene vengono raramente raffigurate con i costumi dell'epoca: di solito infatti le figure indossano abiti contemporanei del periodo Edo, come nell'opera qui presentata. L'episodio descritto riguarda la promessa che Komachi aveva fatto al maggiore generale Fukakusa no Shoushou. Komachi cui avrebbe acconsentito a giacere con lui se il generale avesse passato cento notti a dormire fuori dalla sua porta. E così lui fece, fino alla novantanovesima notte in cui sfortunatamente, morì. La stampa appartiene ai generi del *bijinga* (美人画), e del *mitate* (見立), parodie in cui si combinano idealmente i protagonisti preferiti del pubblico e di cui si è parlato già in precedenza⁶⁸.

In questo caso la parodia presenta Komachi come elegante cortigiana in una casa da tè. Insieme a lei un’aiutante che chiacchera affabilmente con un cliente, posto a rappresentare il maggiore generale che cerca di ottenere l’accesso a Komachi. Lei è vestita con abiti riccamente decorati, lo *obi* adornato da fiori di peonia, ed è seduta davanti a un set per la preparazione del tè. Al suo fianco troviamo una scatola su cui è stato appoggiato un panno, probabilmente per detergere le mani prima della preparazione. Infine alle sue spalle possiamo intravedere il collo di uno *shamisen*, lasciato in disparte per essere riposto.

⁶⁸ 今様七小町/草紙洗の見立/*imayō nana komachi/ sōshiarai no mitate/ raffigurazi*, Catalogo Generale dei Beni Culturali, <https://catalogo.beniculturali.it/detail/HistoricOrArtisticProperty/0500689421>, 17-02-2023.



Figura 46 Esempio della serie "Tessuti moderni di Edo" Tosei Edo kanoko 「當聖江戸鹿子」, Utagawa Kuniyoshi (1797–1861), 1834, nishikie, ōban verticale, 38.5 x 26.4 cm., donazione di American Friends of the British Museum, The British Museum, London.

Questa stampa presenta un interessante contrasto nei temi raffigurati. Sebbene la scena sia ambientata in estate, come possiamo capire dai cocomeri maturi e dagli abiti con il numero minimo di strati della *bijin*, la stampa sullo sfondo mostra una notte innevata. Vero protagonista è il kimono, di ottima fattura, utilizzato per dimostrare la moda del momento. I vestiti sono uno studio di contrasti tra la base blu, il bianco dei fiori di campanula e il rosso dello strato più interno, che completa lo *obi* in cintura e le decorazioni sui capelli. La donna stringe in mano uno snack che cerca di allontanare dal cane, che vorrebbe ruberglielo. Da notare i particolari delle dita del piede destro, che sono contratte per opporre resistenza, e il pelo del cane; le dita sono la parte più espressiva della stampa e sono in contrapposizione con la gestualità del corpo, che invece si dimostra molto rigida e impostata.



Figura 47 Esempio della serie "Tessuti moderni di Edo" Tosei Edo kanoko 「當聖江戸鹿子」, dettaglio dita.



Figura 49 Esempio della serie "Tessuti moderni di Edo" Tosei Edo kanoko 「當聖江戸鹿子」, dettaglio snack.



Figura 48 Esempio della serie "Tessuti moderni di Edo" Tosei Edo kanoko 「當聖江戸鹿子」, dettaglio neve.



Figura 50 Sumirena dello Yojiya, Yojiya musume, Sumirena 本柳屋嬢, 菫, dalla serie "Bellezze del mondo effimero paragonate a Fiori" ukiyo bijin hana ni yosu 浮世美人花寄, Suzuki Harunobu 鈴木春信 (1725 (?) - 1770), 1768/69, nishikie, chūban verticale, 27.6 × 20.9 cm, Clarence Buckingham Collection, Art Institute of Chicago, Illinois.



Figura 51 Peonia: Chozan dello Chojiya, Chojiya uchi Chozan, Kao 丁子屋うち櫛山, 花王, dalla serie "Bellezze del mondo effimero paragonate a Fiori" ukiyo bijin hana ni yosu 浮世美人花寄, Suzuki Harunobu 鈴木春信 (1725 (?) - 1770), 1768/69, nishikie, chūban verticale, 27.5 × 20.2 cm, Clarence Buckingham Collection, Art Institute of Chicago, Illinois.



Figura 52 Ciliegio a doppio petalo: Motoura del Minami Yamasakiya, Minami Yamasakiya uchi Motoura, Yaezakura 南山崎うち本浦, 八重桜, dalla serie "Bellezze del mondo effimero paragonate a Fiori" ukiyo bijin hana ni yosu 浮世美人花寄, Suzuki Harunobu 鈴木春信 (1725 (?) - 1770), 1768/69, 29.3 x 21.3 cm., Clarence Buckingham Collection, Art Institute of Chicago, Illinois.

Queste tre stampe appartengono alla serie ‘Bellezze del mondo effimero paragonate a fiori’, una serie di *bijin* di varie case di piacere in diverse situazioni, a cui vengono abbinati dei fiori. La prima, è associata alle violette, simbolo di innocenza e sincerità. La scena è ambientata all’ingresso della stanza, ma si intravede un angolo del giardino interno sullo sfondo. Viene rappresentata insieme ad un cliente mentre guardano un rotolo su cui appare un’altra *bijin*. Lei è seduta con una gamba nascosta dalle pieghe del suo abito, mentre si aggrappa al pilastro portante; dietro di lei vediamo uno scaldavivande e un piccolo mobile con degli oggettini appoggiati. A terra diverse foglie di ginkgo, simbolo di longevità. Ad attirare l’attenzione è il particolare della caviglia della gamba appoggiata a terra, cinta da una cordella, che ne sottolinea la delicatezza.

La seconda è invece associata alle peonie, simbolo di ricchezza e onore, e viene ritratta seduta, mentre accetta una lettera che le viene portata da un’apprendista. Immane il set per la preparazione del tè. Ai suoi piedi invece troviamo una lanterna con lo stemma della casa.

L’ultima, invece, è Motoura e ci viene presentata mentre osserva con un’apprendista le barche dei pescatori dalla finestra. La bambina guarda fuori con un cannocchiale in piedi presso la finestra, dove invece lei rimane seduta di spalle, fumando un *kiseru* la cui tabacchiera è stata appoggiata al suo fianco. A sinistra si trova un vaso con una piccola pianta di ciliegio, il tronco tagliato, mentre ai loro piedi viene posto il set di preparazione del tè.

Sopra l’immagine vi è una poesia aggiunta con inchiostro nero:

春の日の	Haru no hi no	Accompagnati dalla luce
ひかりを添て	hikari wo soete	del sole primaverile,
山崎に	Yamazaki ni	fioriranno forse,
さかりまたるゝ	sakari mataruru	a Yamazaki,
八重さくらかな	Yaesakura kana	i ciliegi a doppio petalo? ⁶⁹

Il testo è un intreccio di doppi sensi. Il più evidente, è su ‘Yamazaki’ che qui indica una località, ma è anche il nome della casa di piacere esposta nel titolo. Il quarto verso è la chiave di tutta la poesia: descrive l’attesa a cui si viene sottoposti per il momento dell’arrivo della piena fioritura (sottolineata da ‘*haru no hi*’, giorno di primavera), ma ‘*sakari*’ indica anche l’apice, il momento di

⁶⁹ Note e traduzione dell’autore

massimo piacere che uno possa provare, sia dal punto di vista estetico, che da quello fisico. Il verbo ‘*mataruru*’ implica un’attesa passiva, mentre lo ‘*yae*’ rappresenta la moltiplicazione dei fiori sbocciati. La poesia, quindi, è una metafora sul lavoro che svolge Motoura, la *bijin* della stampa e il tema della primavera, spesso connesso all’immaginario erotico.



Figura 53 *Cibo,shoku* 食,dalla serie “Bozzetti delle raffinate necessità” *fūryū ishokujū ryakuzū* 「風流衣食住略圖」,Isoda Koryūsai 磯田湖龍齋 (1735–1790),1770/72,nishikie, *chūban* verticale, 23.2 x 35.5 cm, William S. and John T. Spaulding Collection, 1919, Museum of Fine Arts Boston, Illinois.

Quest'opera ci mostra l'interno di una locanda. Una cameriera si occupa di presentare tè accompagnato da un vassoio di dolcetti, mentre lasciata in disparte, abbiamo una ciotola con della zuppa e il suo coperchio, con le bacchette affianco. L'altra invece sta portando via una seconda ciotola coperta; il cliente è seduto con in mano un ventaglio. Fuori si intravede una pianta di bambù. Osservando l'atmosfera dei personaggi, sembra che l'uomo stia chiedendo loro delle informazioni.



Figura 54 Sala da tè Zōshigaya con vista del Fuji, Zōshigaya Fujimi chaya 雑司かや不二見茶や, della serie "Trentasei vedute del monte Fuji" Fuji sanjūrokkei 「富士三十六景」, a cura di Tsutaya Kichizō (Kōeidō), Utagawa Hiroshige I (1797–1858), 1858, ōban verticale, 23.2 x 35.5 cm, William S. and John T. Spaulding Collection, 1919, Museum of Fine Arts Boston, Massachusetts.

Sempre appartenente alla serie delle ‘Trentasei vedute del monte Fuji’, in questa stampa il Fuji ci viene presentato ancora una volta in lontananza, in direzione degli sguardi delle donne della sala da tè. La stampa mostra una varietà di colori, tra cui immancabile il blu di Prussia. La scena è ambientata in un tardo pomeriggio, si scorge l’arancione del tramonto, ma la luce ancora presente ci permette di vedere il paesaggio sottostante la collina dove è stata costruita la sala da tè. La padrona è in piedi, intenta a servire la cliente seduta sulla panchina sotto il portico; entrambe sono vestite con toni di blu, rosso e nero. La cliente ha appoggiato la sua tazza sulla panchina e sta fumando un *kiseru*; dietro di lei intravediamo delle scatole per il cibo. Forse durante la conversazione qualcosa ha distratto le due donne facendole voltare verso il Monte Fuji e spostando così anche la nostra attenzione su di esso. Al centro in basso troviamo un cespuglio di camelie, il cui rosso riprende quello dei due alberi da frutto e contrasta il giallo dei tetti del portico e delle case che fanno capolino qua e là; per le strade si intravedono delle figure

Cambiando un po' argomento è stato detto che i temi dei *bijinga* trattano sia le belle donne che degli attori di kabuki. Gli spettacoli tipici del kabuki duravano tutto il giorno e consistevano in spezzoni di diverse opere teatrali. Il pubblico era già familiare con la struttura generale delle trame e poteva quindi divertirsi a mangiare, bere e parlare per gran parte dello spettacolo, fermandosi solo per i momenti particolarmente appassionanti. Questi momenti generalmente culminavano con uno speciale ‘*mie*’ 見栄 di uno degli attori principali, che assumeva una posa solenne e la manteneva, a volte anche incrociando gli occhi come tocco finale. I fan del kabuki erano ansiosi di acquistare stampe dei loro attori preferiti e la convenzione del *mie* ha dato agli artisti delle stampe una selezione già pronta di pose drammatiche da illustrare⁷⁰. Gli attori kabuki di Edo stipulavano un contratto all'inizio di ogni stagione teatrale con uno dei tre teatri principali e si esibivano solo in quel particolare teatro per tutto l'anno. Lo spettacolo di apertura, la cosiddetta "esibizione del volto" (*kaomise* 顔見せ), era il più animato e serviva a mostrare, letteralmente, quali attori si sarebbero esibiti in quel teatro durante l'anno a venire⁷¹.

⁷⁰ THOMPSON, “The World of ...”, cit., p. 6.

⁷¹ *Print; uki-e | british museum*, “The British Museum”, https://www.britishmuseum.org/collection/object/A_1910-0614-0-2, 17-02-2023.



Figura 55 Ichikawa Ebizo interpreta 'Yanone Goro', Yanone Goro Ichikawa Ebizo ai tsutome moshi soro 「矢の根五郎 市川海老蔵 相勤申候」 Okumura Masanobu 奥村政信 (1686-1764), 1745, ukie dipinto a mano, 43.8 x 65 cm., acquistata dalla Fine Art Society, 1910, The British Museum, London.

In questa stampa possiamo vedere l'interno del teatro Nakamuraza a Edo, con la platea in primo piano, e separato dalle passerelle utilizzate degli attori per le entrate in scena drammatiche oltre a due gallerie su un piano rialzato per gli spettatori. Nel piano superiore invece troviamo forse del personale teatro, che controllano lo svolgimento dello spettacolo. A giudicare dalla particolare combinazione di stemmi degli attori che appare sulle lanterne possiamo confermare che la stampa raffigura lo spettacolo di apertura della stagione nel teatro Nakamura nell'undicesimo mese del 1745. Tuttavia, non risulta che Ebizo abbia recitato il "Goro che affila le frecce" in quell'occasione. Quindi la grande forza e il fascino di questa stampa risiedono nella sua appagante combinazione di uno scorcio di un teatro kabuki, il luogo più popolare della grande città di Edo, con il suo attore più famoso, il grande Ebizo, piuttosto che rappresentare informazioni completamente accurate⁷².

⁷² Print; uki-e | british museum, "The British Museum", https://www.britishmuseum.org/collection/object/A_1910-0614-0-2, 17-02-2023.

L'interno è semibuio illuminato dalle lanterne con gli stemmi del teatro e degli attori più importanti sul soffitto. Mentre gli attori sono in scena, in mezzo al pubblico che beve, mangia, commenta, chiacchiera e litiga con altri spettatori, troviamo anche dei venditori ambulanti. Nelle parole di Hiroshige, dal diario dei suoi viaggi scritto nel 1841: "At night I went and saw some plays. There were no box seats. The stall owners paraded their goods inside the theater. Saw two acts of Ichinotani and also the Kanjinchō"⁷³.



Figura 56 Ichikawa Ebizo interpreta 'Yanone Goro', dettaglio con persone che conversano.



Figura 57 Ichikawa Ebizo interpreta 'Yanone Goro', dettaglio con venditore ambulante.



Figura 58 Ichikawa Ebizo interpreta 'Yanone Goro', dettaglio con collaboratori del teatro 1.



Figura 60 Ichikawa Ebizo interpreta 'Yanone Goro', dettaglio con collaboratori del teatro 2.



Figura 59 Ichikawa Ebizo interpreta 'Yanone Goro', dettaglio con titolo dell'opera in scena.

⁷³ THOMSEN, "The Other Hiroshige", pp.64.

Stampe itineranti: le ‘Cinquantatré stazioni del Tōkaidō (東海道)’ e i *meisho* 名所

Nel XIX secolo le stampe di paesaggi *ukiyo-e* hanno raggiunto la popolarità. Due fattori importanti sono stati le norme governative che limitavano la raffigurazione di attori e cortigiane e l'importazione di nuovi pigmenti minerali più resistenti, tra cui in particolare il blu di Prussia, che potevano essere facilmente sfruttati per ottenere splendidi effetti per cielo, acqua, montagne e altro.

In termini di soggetti specifici i diretti precursori delle stampe di paesaggi erano le guide di viaggio illustrate, un punto fermo dell'editoria del periodo Edo. Le stampe di paesaggi includono città e scene rurali. La più popolare tra tutte le serie di paesaggi è stata la serie delle "Cinquantatré stazioni del Tōkaidō (chiamato anche "Il grande Tōkaidō ") di Hiroshige, pubblicata all'inizio degli anni trenta del XVII secolo e basato sulle osservazioni fatte durante il viaggio dell'artista lungo il Tōkaidō, la strada principale che connetteva Edo a Kyoto. Questa serie di grande successo è stata ristampata molte volte in molte serie successive in vari formati⁷⁴.

Nel corso del periodo Edo la nazione prosperava grazie al suo consolidato sistema stradale chiamato Gokaidō (五街道, le cinque strade principali da Edo). Questo sistema consisteva in strade ben curate che partivano e convergevano verso il centro economico e politico di Edo. La strada più percorsa era il Tōkaidō, che collegava la vecchia, e ancora ufficiale, capitale imperiale di Kyoto con il nuovo centro amministrativo di Edo, lo shogunato Tokugawa.

Mentre viaggi per motivi religiosi e commerciali ci sono sempre stati, sebbene in misura minore, in periodo Edo il sistema del *sankin kōtai* 参勤交代 (lett. presenza alternata, il governo chiamava i *daimyō* delle varie province nella capitale a rotazione) aumentò enormemente il numero dei viaggiatori, richiedendo pertanto un sistema viario efficiente e ben curato. Di conseguenza al fine di mantenere il proprio prestigio e potere, il governo Tokugawa ordinò la costruzione di una serie di infrastrutture stradali che fossero rappresentative della sua potenza e controllo. Queste infrastrutture cambiarono il volto del Giappone e sono utilizzate ancora oggi, sebbene modernizzate⁷⁵.

Lungo il percorso di ognuna delle cinque strade, lo shogunato aveva stabilito delle stazioni di posta che fornivano servizi quali cavalli da soma, cibo e riparo ai viaggiatori amministrativi. Si

⁷⁴ THOMPSON, "The World of ...", cit., p. 40.

⁷⁵ Sean P McMANAMON, "Japanese Woodblock Prints as a Lens and a Mirror for Modernity", *The History Teacher*, 49, 3, 2016, cit., pp. 453.

mantenevano le infrastrutture stradali al fine di fornire una rapida rete di comunicazioni via terra per assicurare un trasporto efficiente delle merci e per rappresentare l'amministrazione Tokugawa in una luce positiva⁷⁶.

Secondo la legge, la strada doveva essere grande e spianata, ben curata e con alberi da entrambi i lati per indicare il passaggio e offrire riparo ai viandanti. Andavano scavati dei fossi o ai lati o nel mezzo, con lo scopo di far defluire l'acqua e nelle zone che restavano umide la superficie della strada andava coperta di ghiaia. In caso di terreno in pendenza, a rischio di erosione, doveva essere dotata di selciato. La strada andava lavata e spazzata in caso di polvere e coperta di sabbia prima del passaggio di personalità importanti. Lungo il percorso andavano stabilite stazioni e altre sistemazioni equipaggiate con cibo, alloggi e cavalli freschi (per i nobili) ogni quattro chilometri circa. Qui, oltre ai cibi tipici e incontri sessuali era possibile comprare artigianato locale e souvenir. Ognuna delle stazioni aveva i propri prodotti speciali unici, *meibutsu* 名物, e divennero il soggetto di moltissime stampe e dipinti tra il XIX e XX secolo.

Queste strade altamente trafficate erano mantenute specificamente per i viaggiatori ufficiali. Tuttavia non solo era permesso, ma anche incoraggiato (se sotto forma di pellegrinaggio⁷⁷), ai comuni cittadini di percorrere queste strade per scopi ricreativi. Con l'aumento dei trasporti si diffuse la pratica di collezionare ricordi da portare a casa e mentre questi ultimi includevano una grande varietà di oggetti, i souvenir più apprezzati erano certamente le stampe⁷⁸.

Essendo così aumentato il numero dei viandanti, crebbe anche, di conseguenza, il numero dei diari di viaggio: gli autori includevano letterati, migranti, gli accompagnatori privilegiati dei nobili, mercanti, poeti e altri⁷⁹. Le guide create soprattutto per mercanti e turisti potevano indicare i giorni propizi per la partenza e per il ritorno, nomi di città, stazioni e importanti punti di riferimento, liste di prezzi per i servizi di cui un viaggiatore avrebbe potuto avere necessità (locande, cibo, cavalli...) per evitare di essere raggirati e altre indicazioni utili. Un altro tipo di letteratura di viaggio popolare erano i *meisho annai* 名所案内, guide di famose località, che fornivano informazioni pratiche per il

⁷⁶ Chelsea Leigh HIGGINS, "Japanese Woodblock Prints of the Edo Period: Origins, Routes and Destinations for Travelers", MA thesis, Montana State University - Bozeman, College of Arts & Architecture, 2015, cit., p. 7.

⁷⁷ Nicole FABRICAND-PERSON, "The Tōkaidō Road: Journeys through Japanese Books and Prints in the Collections of Princeton University", *The Princeton University Library Chronicle*, 73, 1, 2011, cit., pp. 69-70.

⁷⁸ HIGGINS, "Japanese Woodblock ...", cit., pp. 7-8.

⁷⁹ Susanna FESSLER, *Musashino in Tuscany: Japanese Overseas Travel Literature, 1860-1912*, University of Michigan Press, 2004, cit., pp. 31, 35.

viaggiatore⁸⁰. Connessi a questo genere di pubblicazioni si formò, quindi, un filone artistico parallelo che aveva il compito di illustrare proprio queste rinomate località.

⁸⁰ FESSLER, “*Musashino in Tuscany...*”, cit., pp. 33-35.



Figura 61 Stazione di Shinagawa: sala da tè Samegafuchi, Shinagawa, Samegafuchi no chaya 鮫洲之茶屋, della serie "Cinquantatré stazioni del Tōkaidō, seconda stazione" Tōkaidō ni Gojūsan tsugi 「東海道二五十三次」, a cura di Maruya Seijirō (Marusei, Jukakudō), Utagawa Hiroshige I (1797–1858), 1847-52, ōban orizzontale, 25 x 37.4 cm, William S. and John T. Spaulding Collection, 1919, Museum of Fine Arts Boston, Massachusetts.

Collocata nei pressi dell'attuale Tokyo questa stampa presenta una località costiera specializzata nella pesca. Nella sala da tè possiamo notare due donne che osservano la situazione intorno a loro. Sembra essere un momento tranquillo, la maggior parte delle imbarcazioni è salpata, e possiamo vedere solo un pescatore a riva.



Figura 62 Totsuka: bivio Motomachi, Totsuka, Motomachi betsudō 戸塚元町別道, della serie "Cinquantatré stazioni successive del Tōkaidō," Tōkaidō ni Gojūsan tsugi no uchi 「東海道五十三次之内」, a cura di Takenouchi Magohachi (Hoeidō) e Tsuruya Kiemon (Senkakudō), Utagawa Hiroshige I (1797–1858), 1833-34, ōban orizzontale, 24.7 x 35.7 cm, William S. and John T. Spaulding Collection, 1913, Museum of Fine Arts Boston, Massachusetts.

Della prefettura di Yokohama, Totsuka si trova appena dopo la prefettura di Tokyo. L'opera mostra un piccolo villaggio presso un fiume. In primo piano troviamo un negozio di *ame* 飴, caramelle dure, fornito di panchine per i viaggiatori stanchi. Uno di questi è appena sceso da cavallo, mentre quest'ultimo, agitato, viene allontanato dal servitore. Intanto, si avvicina anche una donna, mentre la proprietaria del negozio osserva sotto il portico, pronta a servire i suoi clienti



Figura 63 Stazione di Hamamatsu, Hamamatsu はま松, della serie "Cinquantatrè stazioni del Tōkaidō, trentesima stazione" Tōkaidō ni Gojūsan tsugi 「東海道三十五十三次」, a cura di Maruya Seijirō (Marusei, Jukakudō) ,Utagawa Hiroshige I (1797–1858), 1847-52, nishikie, ōban orizzontale, 24 x 35.6 cm., , William S. and John T. Spaulding Collection, 1912, Museum of Fine Arts Boston, Massachusetts.

Città della prefettura di Shizuoka, anche Hamamatsu è una località costiera. A differenza della stampa precedente l'ambiente descritto può essere considerato una scena quasi notturna. Possiamo notare qualche barca di pescatori al largo, mentre sulla strada passano tre viandanti. Uno di loro si ferma ad osservare i pescatori, mentre la coppia prosegue verso casa. Una lettura alternativa, basandosi sui toni scuri e il mare particolarmente mosso, è che questa, in realtà, non sia altro che la quiete prima della tempesta e che i viandanti si stiano affrettando per allontanarsi dalla costa.



Figura 64 Yokkaichi: incrocio a Hiraga verso la strada per Ise, Yokkaichi, Hiraga-mura oiwake, Sangūdō 四日市日永村追分参宮道, della serie "Cinquantatrè stazioni del Tōkaidō, quarantaquattresima stazione" Tōkaidō ni Gojūsan tsugi 「東海道四十四五十三次」, a cura di Maruya Seijirō (Marusei, Jukakudō), Utagawa Hiroshige I (1797–1858), 1847-52, nishikie, ōban orizzontale, 22.4 x 34.9 cm., William S. and John T. Spaulding Collection, 1912, Museum of Fine Arts Boston, Massachusetts.

Proseguendo oltre Hamamatsu, Yokkaichi si trova tra Nagoya e Kyoto, in direzione del santuario di Ise, più a Sud. La stampa coglie il villaggio di Hiraga all'inizio della primavera con i ciliegi in fiore che possiamo scorgere in lontananza. È una bella giornata e la strada è affollata di viandanti. Alcuni si sono fermati a prendere una pausa nel negozio sulla destra la cui insegna proclama vendere *manjū* 饅頭, dolce tipico giapponese che viene prodotto in diverse varietà, ripieno di pasta di fagioli. Nella stampa predomina il colore rosa.

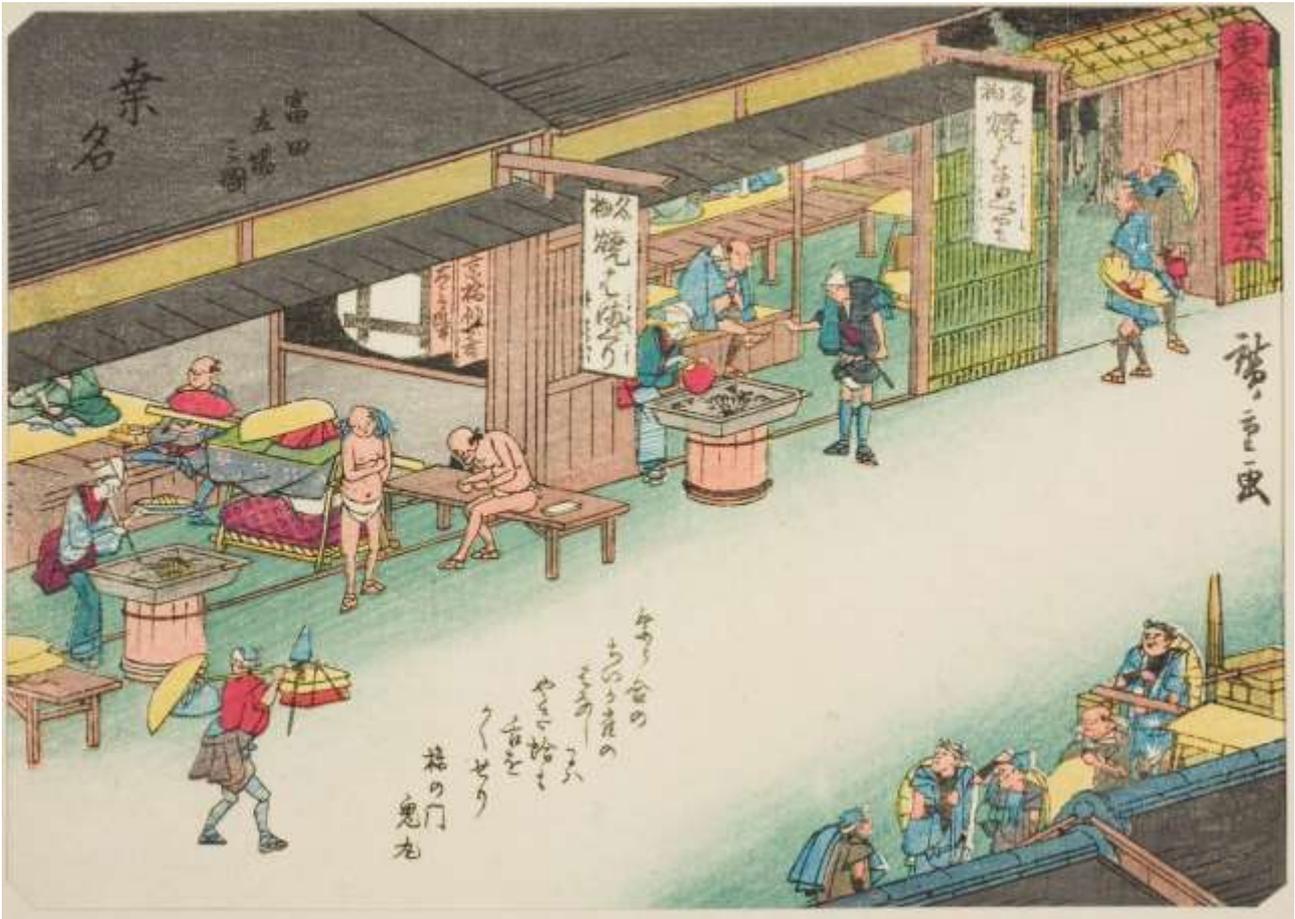


Figura 65 Kuwana: fermata a Tomita, Kuwana, Tomita tachiba no zu 桑名富田立場の図, della serie "Cinquantatré stazioni del Tōkaidō, quarantaquattresima stazione" Tōkaidō ni Gojūsan tsugi 「東海道四十五次」, Utagawa Hiroshige I (1797–1858), 1832-47, nishikie, chūban orizzontale, 17 x 22.7 cm., Clarence Buckingham Collection, Art Institute of Chicago, Illinois.

Una delle stazioni sulla strada Tōkaidō situata tra Kyoto e Osaka. In questa illustrazione possiamo vedere una strada con diversi negozi in particolare locande per i viaggiatori. I piatti serviti sono cucinati alla griglia posizionata davanti al ristorante, probabilmente una strategia per attirare clienti. Nella prima locanda a sinistra si notano gli addetti di una portantina, il cui mezzo si trova a fianco: sono in attesa del loro pasto, mentre il padrone è seduto all'interno del locale. L'insegna del locale ne proclama il piatto tipico.

I paesaggi di Edo di Hiroshige comprendono stampe su foglio singolo di scene che si svolgono contemporaneamente come quelle in ‘Cento vedute famose di Edo’ (*Meisho Edo hyakkei* 名所江戸百景, 1856-58), ‘Otto vedute dei sobborghi di Edo’ (*Edo kinkō hakkei no uchi* 江戸近郊八景之内, circa 1838), ‘Luoghi famosi della capitale orientale’ (*Tōto meisho* 東都名所, 1831-32), ‘Vedute panoramiche di Edo’ (*Kōto shōkei* 江都勝景, tra il 1833 e il 1842), ‘Ristoranti famosi di Edo’ (*Edo kōmei kaitei zukushi* 江戸高名会亭尽, 1852-53) e ‘Pendii panoramici di Edo’ (*Edo meisho saka zukushi* 東都名所坂尽, 1844-53), oltre a quelli inclusi in libri illustrati come ‘Libro illustrato dei ricordi di Edo’ (*Ehon Edo miyage* 絵本江戸土産, 10 volumi, 1850-57) e ‘Luoghi famosi di Edo con kyōka’ (*Kyōka Edo meisho zue* 狂歌江都名所図会, 16 volumi, 1856)⁸¹.

In particolare per la serie ‘Cento vedute famose di Edo’, prodotta nel periodo Ansei 安政 (1854-60), negli ultimi anni della sua vita, Hiroshige utilizzava l'inchiostro nero per disegnare i contorni come nella pittura tradizionale giapponese e usava la colorazione solo come modo conveniente per compensare la monotonia di una scena. Anche così, nessuno poteva sperare di eguagliarlo nel creare abilmente effetti complessi attraverso la disposizione di due o tre colori.

Tra le rappresentazioni di Hiroshige dei luoghi famosi di Edo si annoverano la serie di stampe orizzontali di ‘Luoghi famosi della capitale orientale’ (*Tōto meisho*) e ‘Vedute panoramiche di Edo’ e la serie di stampe verticali ‘Cento vedute famose di Edo’. Anche se queste collezioni ritraggono gli stessi paesaggi delle aree urbane e dei sobborghi di Edo, le date di pubblicazione e la differenza tra le ambientazioni orizzontali e quelle verticali creano naturalmente stili artistici distinti. ‘Luoghi famosi della capitale orientale’ e ‘Cinquantatré stazioni del Tōkaidō’ (*Tōkaidō gojūsan tsugi no uchi* 東海道五十三次之内, 1833-34) sono disposti orizzontalmente, basati su studi realistici, e la colorazione non è particolarmente vivace.

In questo modo ci fanno sperimentare il tipo di fascino che generalmente ci aspettiamo dall'*ukiyo-e*. D'altra parte ‘Cento vedute famose di Edo’ sfortunatamente si discosta dal realismo e nonostante l'assoluta libertà della pennellata e la composizione estremamente anticonvenzionale, la colorazione delle stampe è tutt'altro che gradevole. Ciò ci fa capire come le capacità di stampa dell'*ukiyo-e* siano degradate di anno in anno⁸².

⁸¹ KAFŪ, Nagai, Kyoko SELDEN, Alisa FREEDMAN, “Ukiyo-e Landscapes and Edo Scenic Places (1914)”, *Review of Japanese Culture and Society*, 24, 2012, cit., p. 216.

⁸² KAFŪ, SELDEN, FREEDMAN, “Ukiyo-e Landscapes ...”, cit., pp. 219-220.



Figura 66 Divertimenti al Gottenyama, *Gottenyama yūkyō* 御殿山遊興, della serie "Località famose di Edo" *Kōto meisho* 「江都名所」, a cura di Sanoya Kihei (Kikakudō), Utagawa Hiroshige I (1797–1858), 1832-34, nishikie, ōban orizzontale, 25.5 x 36.5 cm, William S. and John T. Spaulding Collection, 1911, Museum of Fine Arts Boston, Massachusetts.

Appartenente a una serie che tratta di alcuni luoghi famosi di Edo, l'opera mostra la zona di Gottenyama in periodo di *hanami* 花見. I cittadini si incontrano per ammirare la fioritura, portando cibo, bevande e liquori. Molti ne approfittano anche per divertirsi cantando e ballando. In un secondo piano, invece, vediamo in mare, solcato da molte navi. In periodo di *hanami*, inoltre, si prepara un particolare *bentō* 弁当 detto *hanami bentō* 花見弁当, da assaporare guardando i ciliegi in fiore. È nato per essere condiviso da un gruppo di persone e pertanto si prepara in un set di *jūbako* 重箱, contenitori da sovrapporre. Nell'antica Edo quando si facevano picnic o gite fuori porta non potevano mancare i raffinati contenitori laccati in cui venivano riposte delicate e costose pietanze.

Queste scatole laccate divennero simbolo di ricchezza, e ancora oggi ci sono dei ristoratori specializzati nella versione deluxe⁸³.

⁸³ Paul H. NOGUCHI, "Savor Slowly: Ekiben: The Fast Food of High-Speed Japan", *Ethnology*, 33, 4, 1994, cit., p. 320.



Figura 67 Mercato del pesce del Nihonbashi, Nihonbashi uoichi 日本橋魚市, della serie "Località famose della capitale orientale" Tōto meisho 「東都名所」, Utagawa Hiroshige I (1797–1858), 1839-42, nishikie, ōban orizzontale, 22.3 x 34.4 cm., donate da Denman Waldo Ross, Denman Waldo Ross Collection, 1911, Museum of Fine Arts Boston, Massachusetts.

Sempre ambientato a Edo, anche se appartenente a una seconda serie sui luoghi famosi della città, questa stampa presenta un'atmosfera completamente diversa: si tratta del mercato del pesce presso il Nihonbashi. È una scena molto animata, con pescatori che si spostano avanti e in dietro attraverso il ponte, tenendo il pesce in fresco dentro delle tinozze piene d'acqua. Davanti al ponte possiamo vedere delle tavole che espongono il pescato del giorno. I colori si concentrano sul rosa del cielo e dell'acqua che colloca la stampa verso sera; quindi, i pescatori presenti probabilmente stanno ritirando la merce non venduta e smontando le bancarelle. È possibile vedere, inoltre, anche dei cestri pieni di verdura e di molluschi tra quelli del pesce.



Figura 68 Nevicata a Bikunibashi, Bikunibashi setchū びくにはし雪中, della serie "Cento famose viste della capitale" Meisho Edo hyakkei 「名所江戸百景」, a cura di Uoya Eikichi, Utagawa Hiroshige I (1797-1858), 1858, nishikie, ōban verticale, 35.5 x 24.3 cm., William S. and John T. Spaulding Collection, 1921, Museum of Fine Arts Boston, Massachusetts

Ancora una volta ci troviamo a Edo, con una serie ulteriore riguardo le sue famose viste. Ambientata in inverno, la stampa mostra uno scorcio della città coperta dalla neve che sta ancora fioccando. Le poche persone che si intravedono si affrettano a sbrigare i propri compiti e a rifugiarsi al caldo, e non solo loro: possiamo notare sulla destra vicino a una rosticceria un gruppo di cani alla ricerca di un riparo. Punto focale della stampa è l'insegna sulla sinistra che avvisa della vendita di carne di 'balena di montagna' (*yama kujira* 山鯨), in altre parole, si tratta di carne di cinghiale selvatico: infatti prima del periodo Meiji 明治 (1868-1912) era considerato tabù mangiare carne di animale. La stampa prevalentemente bianca a causa della neve ha un'atmosfera sommessata, ovattata, bilanciata solo dalla presenza dei cani, che donano un tocco di vivacità.



Figura 69 Nevicata a Bikunibashi, Bikunibashi setchū びくにはし雪中, dettaglio "yamakujira".

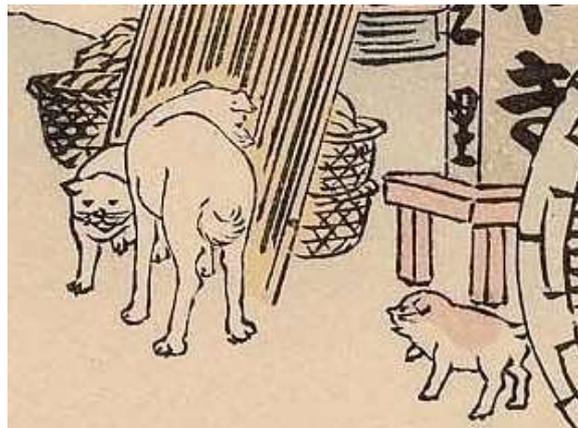


Figura 70 Nevicata a Bikunibashi, Bikunibashi setchū びくにはし雪中, dettaglio con cani.

Analisi dei casi di studio e conferma pattern ottenuti



Figura 71 Banchetto allo Shikian di Nakasu, Nakasu no Shikian no shūen 中洲の四季庵の酒宴, a cura di Shūeidō, Kubo Shunman (Japanese, 1757–1820), 1787-88, nishikie, dittico, ōban verticali, 38.8 x 50.8 cm., William Sturgis Bigelow Collection, 1911, Museum of Fine Arts Boston, Massachusetts.

In base ai dati ottenuti grazie all'analisi grafica è stato possibile riconoscere diversi pattern.

- Solitamente, quando è presente del cibo, viene scelto per la sua simbologia, in particolare per augurare buona sorte.
- I tipi di cibi più rappresentati sono frutta, spuntini dolci, pesci e molluschi, *sake* e, immancabile, il tè.
- È possibile che siano aggiunti anche oggetti per la cucina quali coltelli, ciotole, tazze, bacchette o stuzzicadenti e vassoi da utilizzare per preparare o gustare il cibo; tuttavia, nel caso si tratti di *surimono* è possibile che vengano presentati senza suppellettili.

- I temi favoriti riguardano certamente le occasioni speciali. In particolare troviamo abbinamenti fissi di cibo-stagione per i festeggiamenti per l'Anno Nuovo, le serie riguardanti le stampe itineranti, per donare realismo alle scene ambientate in città, o nelle stazioni postali e le stagioni; infine, altro tema estremamente diffuso è il tè accompagnato da un'offerta di cibo, generalmente dolce.
- Nel caso siano presenti figure umane, il cibo viene offerto da donne.

Guardando l'ultima stampa presa in esame, possiamo confermare i pattern individuati.



Figura 72 Banchetto allo Shikian di Nakasu, Nakasu no Shikian no shūen 中洲の四季庵の酒宴, dettaglio cameriera.

Figura 73 Banchetto allo Shikian di Nakasu, Nakasu no Shikian no shūen 中洲の四季庵の酒宴, dettaglio con uomo con stuzzicadenti



Figura 74 Banchetto allo Shikian di Nakasu, Nakasu no Shikian no shūen 中洲の四季庵の酒宴, dettaglio con sashimi.

Capitolo 2 – Estetica della presentazione, anche l’occhio vuole la sua parte: studio sulla presentazione del cibo

[...] The alimentary tract may also be viewed as an ethical terrain and fertile metaphor for the sensuous and gustatory passageways that traverse the territories of food and art, and which potentially enable responsible and imaginative forms of connection with others in the world⁸⁴.

Condividere un pasto con qualcuno che si è invitato nella propria casa è la condizione per l’atto performativo di un’abile ospite, che apre la possibilità per uno spazio d’incontro cosmopolita, segnalando l’abbandono della proprietà netta e rendendoci partecipi nella costruzione di un mondo più responsabile.

Grazie a questi raccordi eterogenei tra il mondo alimentare e quello dell’arte, il cibo e suoi orpelli appaiono sensuali, emotivi e ricchi di significati semiotici, in modi che confondono i confini del territorio artistico agendo come portali per attività etico-politiche con il mondo esterno. In questo contesto l’etica alimentare richiede un concetto complesso dei sensi, che include le strutture affettive del piacere, dell’intimità e della socialità tanto quanto quelle dell’ansia, del disagio e del disprezzo⁸⁵.

Il cibo pertanto diventa il collante utilizzato per unire le persone dando loro un senso di appartenenza, ma non bisogna dimenticare che il cibo è un oggetto, non un soggetto, e il significato di un oggetto non è fisso, e questo vale soprattutto per il cibo.

Un oggetto deve essere processato fisicamente (e razionalmente) prima di essere consumato in quanto cibo. Questo fa sorgere spontanea la domanda di quando, effettivamente, si considera qualcosa un cibo. Appare forse quando si macella un maiale, o si pesca un mollusco? Oppure si

⁸⁴Francis MARAVILLAS, “The Unexpected Guest: Food and Hospitality in Contemporary Asian Art”, in Antoinette, Michelle, Caroline Turner (a cura di) *Contemporary Asian Art and Exhibitions: Connectivities and World-Making*, ANU Press, 2014, cit., p. 160.

⁸⁵ MARAVILLAS, “The Unexpected Guest...”, cit., p. 177.

tratta di qualcosa di più sensuale che accade nel preciso istante in cui viene messo tra i nostri denti? Del resto, se venisse sputato non sarebbe più riconosciuto come cibo⁸⁶.

La storia del cibo nell'arte è variegata e imprescindibile, comprende l'espressione di pratiche alimentari mentre risiede nel suo tubo digerente come un parassita in simbiosi. Possiamo trovare questi 'tratti alimentari' in certi capitoli delle avanguardie che spaziano oltre le immagini rappresentative del cibo (nelle nature morte tradizionali, dipinti miscelanei e di banchetti aristocratici) verso il suo uso non mimetico (ritualistico, metaforico e performativo) da parte di artisti sperimentali e contemporanei.

Al suo livello più elementare, il cibo può essere utilizzato come materia prima per creare delle produzioni artistiche⁸⁷. Generalmente associamo l'arte con la bellezza e la creatività, mentre consideriamo il cibo e l'alimentazione come nostra principale fonte di sostentamento, il carburante che permette ai nostri corpi di funzionare. Questo ci porta a considerare il cibo come punto focale di diversi aspetti di vitale importanza per la nostra esistenza: energia (ciò che deriviamo dal cibo), creatività (nei metodi e nelle possibilità di preparazione) e il piacere (che deriviamo dal gustarlo)⁸⁸.

L'arte culinaria, del resto, viene chiamata in modo tale in quanto condivide la struttura formale, almeno in parte, con certe arti performative: invece che chiamarlo spartito o coreografia o anche copione, nell'arte culinaria la base su cui si esibisce è la ricetta. La ricetta ordina il modo in cui combinare gli elementi, arrivando alla creazione dell'oggetto da apprezzare. La ricetta rende il piatto ciò che è, e la sua struttura è distinta dagli ingredienti che lo hanno costituito. Un'opera dell'arte culinaria è la combinazione unica di un set di ingredienti attraverso un metodo o preparazione formale, in cui il metodo formale è la ricetta che struttura gli ingredienti in modo che producano un certo piatto⁸⁹. Come per le alte arti performative, è l'interprete a fare la differenza.

Pertanto, l'interprete finisce per investire molto sul valore emotivo del cibo, così che comunichi il proprio messaggio a chi lo riceve. Ingredienti, pietanze e prassi hanno il potenziale per diventare segnalatori culturali che identificano e spronano individui e comunità, particolarmente legati alle proprie tradizioni culinarie⁹⁰.

⁸⁶ Eric C. RATH, "Reevaluating Rikyū: Kaiseki and the Origins of Japanese Cuisine," *The Journal of Japanese Studies*, 39, 1, 2013, cit., p. 82.

⁸⁷ MARAVILLAS, "The Unexpected Guest...", cit., pp. 160-161.

⁸⁸ Tiziana ANDINA, Carola BARBERO, "Can Food Be Art?", *The Monist*, 101, 3, 2018, cit. p. 353.

⁸⁹ ANDINA, BARBERO, "Can ...", cit. p. 356.

⁹⁰ Fabio PARASECOLI, "Food, Identity, and Cultural Reproduction in Immigrant Communities", *Social Research*, 81, 2, 2014, cit., p. 423.

L'evocazione di identità e differenza è strettamente connessa con l'uso del cibo in un sito pubblico; su un altro livello, il cibo e tutti i suoi ornamenti vengono elevati a uno status di ideale utopico e metafora di cambiamenti sociali, politici ed economici. È significativo che l'uso del cibo come sito e mezzo sociale rivolto verso la partecipazione e l'interazione, faciliti l'attuazione di sapienti metodi di ospitalità fondati sul dialogo con persone in posizioni diverse situate nel mondo. In particolare, non bisogna fare solo attenzione a cosa si mangia, ma anche a come, dove e con chi, e questo potrebbe influenzare atti di generosità e responsabilità verso gli altri⁹¹. Trattando di cibo, con l'apparente divisione tra familiare e sconosciuto alcuni identificano l'Altro tramite le diverse tradizioni culinarie, altri invece ne approfittano per allontanare o anche respingere l'Altro⁹².

Il cibo è un elemento essenzialmente sociale. Rapporti sociali possono essere mantenuti attraverso il cibo, quindi non si può, pertanto, studiare il cibo con fini puramente scientifici riguardo diete e nutrizione. "Variation in what people eat reflects substantive variation in status and power and characterizes societies that are internally stratified into rich and poor, sick and healthy, developed and underdeveloped, over fed and undernourished". Condividere il proprio cibo con qualcuno è un ottimo metodo con cui sviluppare e mantenere dei legami con questa o queste persone, senza contare coloro che si sono occupati di prepararlo. I metodi di preparazione e i piatti cucinati cambiano nel tempo, e questi cambiamenti danno agli studiosi una preziosa fonte di informazioni sui cambiamenti sociali a essi correlati⁹³.

In un'intervista su *Le Monde*. Jacques Derrida suggestivamente afferma che, alla fin fine, l'ospitalità non sia altro che 'arte e poesia', anche se 'la politica dipende da essa e l'etica è determinata nel superarla'⁹⁴.

Come gli antropologi sanno da molto tempo, il mondo in cui abitiamo non è solo simbolicamente costruito, ma anche le costruzioni dei nostri simboli culturali sono dotate di, o hanno il potenziale per, il potere⁹⁵.

⁹¹ MARAVILLAS, "The Unexpected Guest...", cit., pp. 162-164.

⁹² Sirpa SALENIUS, "Constructing Identity: Nineteenth-Century American Commentaries on Italian Food", *Italica*, 91, 4, 2014, cit., p. 622.

⁹³ Georg GUMERMAN, "Food and Complex Societies", *Journal of Archaeological Method and Theory*, 4, 2, 1997, cit., pp. 106.

⁹⁴ MARAVILLAS, "The Unexpected Guest...", cit., p. 168.

⁹⁵ Anne ALLISON, "Japanese Mothers and Obentōs: The Lunch-Box as Ideological State Apparatus", *Anthropological Quarterly*, 64, 4, 1991, cit., pp. 195-96.

Estetica degli opposti

Spesso si dice che l'elemento chiave del cibo giapponese sia l'aspetto esteriore. I piatti vanno organizzati e ri-organizzati, sistemati e risistemati, stilizzati e stilizzati di nuovo finché non si raggiunge un design che sia visivamente attraente. La presentazione è critica, anche se non fino al punto in cui gusto e nutrizione vadano persi, decisamente fino al punto di essere importante quanto il gusto e valori nutrizionali. Secondo Donald Richie, nel suo libro *'A taste of Japan'* (1985), lo stile di presentazione è il principio guida con cui si prepara il cibo in Giappone, e questo principio si basa su una serie di regole complesse.

Una di queste riguarda la grandezza (o meglio, l'abilità di fare piccole dosi), la separazione e la frammentazione. Non vengono permessi pezzi grossolani, e le porzioni vanno tagliate in modo da essere *hitokuchi* — □ (da mangiare in un boccone), servite in piccole quantità su piccoli recipienti singoli e, infine, serviti a tavola, o su un vassoio, o in un contenitore per *bentō*, creando un assortimento di recipienti distinti. Non esistono grandi piatti da portata con mucchi di verdure, fecola e carne come nella cucina americana.



Figura 75 Sashimi (foto da Trip Advisor),

Pertanto, l'occhio non viene attirato verso un centro totalizzante, ma verso una molteplicità di parti de-centralizzate.

Esteticamente, le sostanze alimentari vanno presentate secondo i principi strutturali della segmentazione e dell'opposizione. Vanno divisi o tagliati in modo da creare contrasti di forme, colori e consistenza. Queste sostanze devono contrastarsi ed entrare in conflitto: rosa contro verde, cibi rotondeggianti contro cibi spigolosi, sostanze lisce contro sostanze omogenee contro sostanze irregolari.

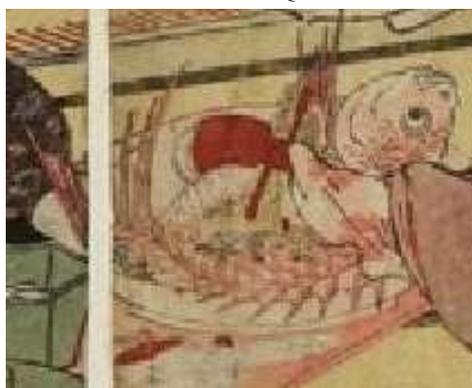


Figura 76 Sashimi (rappresentazione)

Queste regole di contrasto valgono non solo per il cibo in sé, ma anche per le qualità del cibo e dei contenitori in cui va messo: un cumulo tondeggiante in un piatto quadrato, colori insipidi contro piatti di colore acceso, un dolce traslucido in una ciotola riccamente decorata⁹⁶.

⁹⁶ALLISON, "Japanese Mothers...", cit., p. 197.

L'estetica dell'imperfezione può essere parzialmente spiegata dall'estetica dei contrasti, che porta armonia accostando elementi eterogenei e spesso in opposizione fra loro. I giardini tradizionali vengono pianificati posizionando una roccia verticale presso una orizzontale o una liscia con una ruvida, in modo che esaltino le proprie qualità migliori. La valorizzazione dell'imperfetto segue gli stessi principi, combinando qualcosa di lussuoso o perfetto con qualcos'altro di impoverito o imperfetto, così che risaltino entrambi⁹⁷.

La dimensione morale legata all'estetica è espressamente incorporata in alcune arti, come la cerimonia del tè o la poesia, è anche profondamente radicata nelle attività mondane della vita quotidiana, diventando così invisibile. L'estetica giapponese suggerisce diversi modi per curare il proprio senso morale, in particolare rispettando le caratteristiche innate di un oggetto e reagendo alle necessità umane.

Nel 'rispetto delle caratteristiche innate' si intende, ad esempio osservando un albero, notare la crescita naturale dell'albero e di poterlo seguendone le caratteristiche: in altre parole è necessario 'collaborare con' invece che 'malgrado' o anche 'al di là' delle caratteristiche naturali. Questo principio si applica anche agli oggetti quotidiani, e un buon esempio di ciò è proprio la presentazione del cibo: il progetto viene suggerito dall'alimento stesso, così che venga mostrato per le sue qualità migliori invece che essere semplicemente buttato lì su un piatto. Così il rispetto verso un oggetto, un materiale o un soggetto, guidati dalla pratica buddista del superamento del proprio ego non è solo una strategia estetica, ma anche una virtù morale⁹⁸.

⁹⁷ SAITO, Yuriko, "The Japanese Aesthetics of Imperfection and Insufficiency", *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 55, 4, 1997, cit., pp. 378-379.

⁹⁸ SAITO, Yuriko, "The Moral Dimension of Japanese Aesthetics", *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 65, 1, 2007, cit., pp. 85-88.

Natura snaturata

Il contenitore è importante quanto il contenuto, ma la parte più importante è quella del ‘contenimento’, cioè di come il cibo, (ri)costruito e (ri)organizzato dal suo stato naturale, appaia perfettamente naturale in bellezza e genuinità.

Questo ci porta alla terza regola che riguarda la presentazione: il mandato non è solo di mantenere, per quanto più possibile, la freschezza innata degli ingredienti acquistandoli giorno per giorno in modo che siano sempre freschi e lasciandone

la maggior parte se non cruda, cucinata in minima parte, è di ricreare l'impressione e l'apparenza dell'essere ‘naturali’ nel cibo trattato. Questa ‘naturalizzazione’ del cibo avviene in due modi: uno è l'allusione continua e l'appropriazione della natura tramite la decorazione esterna del cibo con richiami stagionali (come foglie d'acero d'autunno o fiori in primavera), oppure



Figura 77 Presentazione ‘naturale’ di due calamari

l'aggiunta di frutta e verdura di stagione e di abbinamenti piatto-stagione (come l'uso di oggetti in vetro durante l'estate e di vasellame d'inverno). L'altro, in un certo senso, è il contrario del primo: accentuando e perfezionando il processo di preparazione ad un punto tale per cui il cibo non solo appare naturale, ma anche più perfetto di quanto sia possibile in natura senza l'intervento umano, rendendo artificiale il naturale. Pertanto la cucina giapponese adotta la natura e arriva a impadronirsene⁹⁹. Nello stabilire la caducità come fattore fondamentale della cucina giapponese, le sue qualità effimere e fugaci diventano parte del suo romanticismo¹⁰⁰.

Si può quindi arrivare a dire che i pochi che hanno accesso alla natura (in realtà raramente) armoniosa della gastronomia giapponese non riflettono questa armonia sul loro comportamento generale verso la natura. Ma questo mito, originato tra le due guerre mondiali al fine di costruire una parte dell'identità nazionale, sullo stretto rapporto con la natura della società giapponese persiste. Attualmente però, si presenta una contraddizione: se da un lato i giapponesi vantano la loro

⁹⁹ ALLISON, “Japanese Mothers...”, cit., p. 197.

¹⁰⁰ Scott HAAS, “Hashiri, Sakari, Nagori: Toward Understanding the Psychology, Ideology, and Branding of Seasonality in Japanese Gastronomy”, *Gastronomica*, 15, 2, 2015, cit., p. 5.

superiorità nei rapporti con la natura, dall'altro sono tra i primi a disinteressarsi della sua protezione¹⁰¹.

La forza trainante dietro la restaurazione Meiji iniziata nel 1868 era la modernizzazione del paese e questa modernizzazione ha portato a fare promesse non mantenute sull'ambiente e un mito nazionale che perpetua una visione surreale di ciò che accade realmente a livello ambientale: anche in Giappone, come nel resto del mondo, l'ambiente è manipolato dalle stesse forze che hanno portato a una crescita estrema del capitale, insieme a tutte le sue conseguenze su di esso. Ironicamente, in Giappone non c'è quasi obbligo legale di rispondere ai danni causati alla natura, nonostante tutta l'ipotetica reverenza verso di essa.

Il mito dell'armonia giapponese con la natura e la sua estetica superiore è stato sfatato con successo da studiosi come Pamela Asquith, nel suo testo del 1996 "Japanese Images of Nature", sottolineando il fatto che l'influenza delle guerre del secolo scorso sui giapponesi abbia portato a tutt'altro che a una collaborazione pacifica con l'ambiente¹⁰².

Le considerazioni estetiche su vari aspetti della vita di tutti i giorni non finiscono qui. Ancora oggi, ad esempio, sulle testate giornalistiche gli articoli sono accompagnati da poesie adatte alla stagione, le intestazioni di mail, lettere e messaggi ufficiali contengono saluti appropriati, con riferimenti poetici, e si scelgono regali con particolare cura e attenzione al messaggio che si vuole mandare.

¹⁰¹ Scott HAAS, "The Price of Harmony: The Ideology of Japanese Cuisine", *Gastronomica*, 17, 2, 2017, cit., p. 3.

¹⁰² HAAS, "Hashiri, Sakari, Nagori...", cit., pp. 4-6.

Manipolazione dell'immagine: la presentazione

Se da un lato il cibo è soltanto cibo, il mezzo con cui gli umani sostengono la loro natura e salute, dall'altro attraverso queste regole pragmatiche la cucina giapponese si fa carico di altri significati. Uno di questi riguarda l'identità nazionale, con l'appropriazione del cibo in quanto simbolo di cultura: mangiare cibo giapponese è sinonimo dell'essere giapponesi.

In altre parole, il riso è così simbolicamente centrale nella cultura giapponese (pasti e *bentō* sono spesso assemblati con il riso come elemento centrale, e le altre pietanze incluse non sono altro che contorni o aggiunte ad esso) che un giapponese può arrivare a dire di 'non essere sazio a meno di non aver mangiato del riso almeno una volta al giorno'¹⁰³. In realtà, il riso non è sempre stato così importante: è solo nel periodo Edo con l'introduzione dell'idea di un 'Giappone agricolo' e l'imposizione di una rigida struttura sociale che la situazione cambia. Il riso viene utilizzato come valuta e merce di scambio, e inizia a diventare parte integrante dell'identità nazionale. Nel periodo Meiji, il significato del riso (autoctono) si estese per includere anche la nozione di purezza del popolo giapponese¹⁰⁴. Gli oppositori del riso importato arrivano al punto di lamentarsi dei prodotti chimici usati e a denunciare sui giornali locali la presenza di muffe, cattivi odori o topi morti nel riso estero, confermandone così l'impurità¹⁰⁵.

Il riso è spesso, se non sempre, incluso in un pasto e costituisce simbolicamente, se non concretamente il nucleo del pasto. Quando si serve a tavola, si prende da una ciotola o dal cuoceriso e viene diviso in altre ciotole più piccole ma non più grandi degli altri contenitori presenti da cui si prende il cibo. In un *bentō* il riso può essere contenuto in una delle, o anche nella, sezione più grande, di un contenitore diviso in varie parti, ma verrà comunque disposto con una serie di altri cibi. Il riso, in un certo senso, funge da centro sostanziale del pasto, eppure raramente viene enfatizzato; piuttosto viene abbellito e integrato con altri prodotti alimentari¹⁰⁶.

Il riso e i suoi derivati rappresentano l'alimento più importante da condividere tra umano e divino da un lato e tra umano e umano dall'altro. Di conseguenza il riso assume il significato di 'noi' appartenenti allo stesso gruppo sociale¹⁰⁷.

¹⁰³ ALLISON, "Japanese Mothers...", cit., p. 198.

¹⁰⁴ KUWAYAMA, Takami, "Review of Rice as Self: Japanese Identities Through Time, by E. Ohnuki-Tierney", *Asian Folklore Studies*, 53, 2, 1994, cit., pp. 359–60.

¹⁰⁵ OHNUKI-TIERNEY, Emiko, "Rice as self: Japanese identities through time", *Education About Asia*, 9, 3, 2004, cit., p. 8.

¹⁰⁶ ALLISON, "Japanese Mothers...", cit., p. 206.

¹⁰⁷ OHNUKI-TIERNEY, Emiko, "Rice as self...", cit., p. 5.

Dietro a questa insistenza si celano i principi di preparazione consueta del cibo: piccole parti distinguibili, comparti opposti, estetica e il timbro naturale. Inoltre, ci sono altre due norme che regolano la preparazione di un *bentō*: la prima, riguarda l'esistenza di un 'ordine corretto in cui fare le cose', con tutto al proprio giusto posto, coordinato con gli altri e la seconda, secondo cui la persona responsabile della preparazione del cibo deve garantirne lo standard di perfezione e precisione richiesti dalla cucina giapponese. "Food may not be casual, [...] nor the producer casual in her production"¹⁰⁸.



Figura 78 Esempio di *bentō* personalizzato

Rimangono congruenti i due principi dell'ordine e della manipolazione. Il cibo viene manipolato in una forma diversa da quella che assume naturalmente o dopo essere stato cucinato, e viene disposto secondo principi umani: tutto deve rientrare dentro confini ben precisi e deve essere accuratamente posizionato in modo da non infrangere quegli stessi confini¹⁰⁹. Infatti, osservando un tipico *bentō* per bambini, composto da sei pietanze miniaturizzate e disposte in modo artistico, tagliate e perfettamente allestite, risulta immediato che nessun cibo sia *solamente* del cibo in Giappone¹¹⁰.

Estetica del "vedo-non vedo" e i cinque sensi

Anche la semplice esperienza di apertura di un dono è così assimilata nella nostra vita quotidiana che raramente ci fermiamo a riflettere su questa dimensione estetica temporanea. Slegare una cordicella di paglia che tiene insieme una fila di pesci, slacciare un involuoco di bambù per prendere i dolcetti all'interno, rimuovere l'incarto di bambù da delle caramelle, aprire il coperchio di una scatola o un contenitore di gallette, scartare l'incarto di tessuto per rivelare il regalo al suo interno, contenuto esso stesso in un'altra scatola...

Il processo di apertura di un pacco normalmente richiede di:

- Ricevere e ammirare il pacchetto, che ci invita ad aprirlo

¹⁰⁸ ALLISON, "Japanese Mothers...", cit., p. 198.

¹⁰⁹ ALLISON, "Japanese Mothers...", cit., p. 205.

¹¹⁰ ALLISON, "Japanese Mothers...", cit., p. 196.

- L'atto di apertura, che comprende il movimento del nostro corpo e la scoperta del contenuto, che inizialmente era parzialmente o completamente nascosto al nostro tatto o alla nostra vista

In breve, l'intera esperienza viene guidata dal fascino del nascosto o del velato. Questo include la tecnica del *miegakure* 見え隠れ (lett. 'visto e nascosto'), il vedo-non vedo, spesso usata anche nella costruzione dei giardini tipici, dove il paesaggio viene intenzionalmente bloccato o parzialmente oscurato, dando allo spettatore solo il minimo accenno o scorcio, stimolandone la curiosità. Lo stesso principio viene utilizzato con i *noren* 暖簾, i pezzi di tessuto appesi all'ingresso di molti negozi e ristoranti tradizionali, che demarca lo spazio in *soto* 外 e *uchi* 内, il mondo esterno e il mondo interno, dandone solo degli squarci¹¹¹. Inoltre, in passato i negozi erano divisi in due aree principali, una esterna per il cliente appena entrato e una interna per i soli dipendenti, separate da un oggetto detto *kekkaï* 結界. Questa è un'ulteriore separazione tra lo spazio pubblico e quello privato, come già segnalato dal *noren*, così il *kekkaï* stabilisce delle zone separate senza creare una barriera fisica¹¹².

L'attrazione per l'occulto era un fattore essenziale per la sensibilità estetica della corte imperiale del periodo Heian (794-1185). Questa sensibilità copriva tutti gli aspetti della vita di corte, infatti, se non si dimostravano sufficiente gusto, raffinatezza ed eleganza si veniva considerati come dei reietti, e rifiutati dalla società, ed era particolarmente importante per i rapporti interpersonali. All'epoca non si potevano vedere direttamente le donne, quindi le relazioni venivano costruite attraverso giochi di sguardi e piccoli accenni per attirare l'attenzione, ma solo alla fine del corteggiamento (con esito positivo) era possibile vedere la propria amante. Esistono diversi documenti su questi intrecci, e vengono descritti molto bene nei diari delle dame di corte dell'epoca, quali Sei Shonagon 清少納言 (966 -1017) e Murasaki Shikibu 紫式部 (978-1016).

Il motivo dietro all'interesse per il non-visto è molto semplice: se l'oggetto in questione è completamente esposto, per quanto possa essere bello, le nostre capacità emotive e creative non vengono coinvolte. Al contrario, se l'oggetto è nascosto, anche solo parzialmente, possiamo sperimentare una sensazione di anticipazione e desiderio, oltre a stuzzicare la nostra immaginazione

¹¹¹SAITO, Yuriko, "Japanese Aesthetics of Packaging", *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 57, 2, 1999, cit., pp. 257-258.

¹¹²ISOZAKI, Arata, "Floors and Internal Spaces in Japanese Vernacular Architecture: Phenomenology of Floors", *RES: Anthropology and Aesthetics*, 11, 1986, cit., p. 73.

con l'aspetto dell'oggetto; inoltre, possiamo anche apprezzare il modo in cui l'oggetto in questione viene oscurato¹¹³.

In Giappone la pratica di fare dei doni è un'istituzione minore, con regole complesse che specificano cosa dare a chi, in che occasione, quale regalo è appropriato per data occasione, e in che modo il regalo debba essere presentato. Per fare un esempio, un regalo opportunamente confezionato per un lieto evento dovrebbe essere accompagnato da una decorazione finemente ripiegata conosciuta come *noshi*, di cui ne è stato visto un esempio in precedenza¹¹⁴. Un dono in caso di un'occasione infausta, invece, non deve avere né la decorazione né essere confezionato. Questa pratica ha origini così antiche che i primi esempi di *noshi* erano semplici lembi di abalone, a significare che la situazione non richiedesse l'astenersi dalla carne a causa di una morte o altre sfortune in famiglia. Per lo stesso motivo un regalo di pesce non necessita di *noshi*, in quanto si tratterebbe di un momento felice¹¹⁵.

Generalmente confezionati con materiali naturali, come bambù, paglia, carta e legno, la creazione di pacchetti sfrutta al meglio le caratteristiche originali del materiale utilizzato. Il design stesso viene suggerito dalle qualità del materiale. Ad esempio, la carta tende ad essere piegata, intrecciata e sovrapposta, strappata o attorcigliata. Una canna di bambù può essere tagliata in strisce sottili, flessibili e resistenti che possono essere tessute a loro volta, oppure divisa in sezioni sfruttandone i segmenti naturali. Corteccia e foglie di bambù si possono sfruttare per fare incarti grazie alla loro flessibilità e al sottile spessore. La paglia si può legare, intrecciare o stringere insieme. Questi materiali vengono usati per ogni tipo di pacchetto. Il design è pratico ed economico, ed esprime un atteggiamento di rispetto e umiltà verso il materiale, invece che dimostrare vistosamente le idee del suo creatore o il logo dell'azienda responsabile¹¹⁶.

Se il coinvolgimento dei sensi della vista e del tatto quando all'apertura di un dono non sono tipici della sola cultura giapponese, lo sono sicuramente, soprattutto per quanto riguarda il cibo, i sensi del gusto e dell'olfatto. Alcuni involucri come le foglie preservate di ciliegio per i dolcetti o le alghe per il riso e le gallette di riso, sono edibili e donano anche contrasto visivo e di consistenza. Allo stesso modo le foglie di bambù e caco vengono spesso utilizzate per confezionare del cibo, sebbene non siano edibili, e donando ad esso il loro aroma di pulito. Una scatola in legno di cedro per conservare dolci, cibi preservati o cose simili offrirà invece al contenuto il suo odore pungente.

¹¹³SAITO, "Japanese Aesthetics of...", cit., p. 259.

¹¹⁴ Vedere pagina 37

¹¹⁵ BEFU Harumi, "Gift-Giving in a Modernizing Japan", *Monumenta Nipponica*, 23, 3/4, 1968, cit., pp. 445-446.

¹¹⁶SAITO, "Japanese Aesthetics of...", cit., pp. 261-262.

Il senso dell'udito invece, è generalmente meno coinvolto.

Considerando, piuttosto, l'esperienza tattile durante l'apertura di un pacco, questa viene ottimizzata quanto più possibile per i requisiti di tempo e l'attività fisica dell'apertura, aumentando la gioia dell'attesa. Aprendo una scatola per il pranzo, ad esempio, è necessario

togliere il coperchio e rimuovere la corda di paglia e slegare le foglie di bambù, per poi separare i ripiani di cibo; oppure, bisogna aprire la scatola, scartare la carta e poi separare i ripiani.

Mangiando delle caramelle, prima apriamo la scatola e solo dopo le singole caramelle. Aprendo la cassa contenente degli oggetti in ceramica prima sleghiamo la corda, togliamo il coperchio, sleghiamo un'altra corda e poi finalmente sciogliamo il tessuto che protegge il contenuto.

Figura 79 Scatola di caramelle

Infine, quando si ricevono buste con del denaro, bisogna rimuovere la fascetta di carda ornamentale, aprire attentamente la busta e poi scoprire che al suo interno si trova un'altra busta da scartare¹¹⁷.

L'abitudine di offrire ai propri vicini e parenti il primo raccolto è un derivato della pratica di offrire alle divinità la prima frutta, e in seguito di dividerla con la comunità. Anche la parola 'otoshidama' (お年玉), che oggi indica il regalo di Capodanno ai bambini (solitamente soldi), in origine era intesa come l'offerta di Capodanno alle divinità, che veniva poi consumata dalla comunità come dono delle divinità.



Inoltre considerato che dare un dono a qualcuno è un atto che coinvolge il *giri* (義理), quindi è un impegno sociale che implica reciprocità, chi riceve un regalo è tenuto a darne uno a sua volta al mittente. Quando si crea un regalo personalizzato, rispetto a un regalo d'obbligo, il mittente pensa molto attentamente a cosa desidera regalare, e non

Figura 80 Otoshidama, お年玉

¹¹⁷ SAITO, "Japanese Aesthetics of...", cit., pp. 259-260.

si accontenta di un oggetto di semplice valore. Il valore di un oggetto, al contrario, è estremamente importante nel regalo *giri*, ed è necessario considerare non solo il valore, ma anche a cosa si contraccambi, se è un dono in cambio di un altro, lo status sociale di chi ci aveva donato il primo regalo e il nostro in relazione e l'occasione specifica per cui viene inteso¹¹⁸.

Quindi non solo aprire un pacco richiede movimento fisico, ma in certi casi anche destrezza; non essendo un movimento ripetitivo, monotono o abbreviato, la sequenza temporale dell'atto di apertura diventa più rilevante, sottolineata dalle diverse attività richieste. Pertanto, risulta essere un atto particolarmente gratificante¹¹⁹.

Regalare del cibo, soprattutto della frutta, implica un dono particolarmente importante, in quanto veniva considerata un bene di lusso e pertanto conservata per dessert o per dei doni¹²⁰. Infatti, frutta o cibo in generale sono uno dei regali favoriti da dare in caso di malattia¹²¹.

Tempo e spazio

Tuttavia, a volte questa sensibilità nel fornire una sequenza temporale per un'esperienza estetica lascia libero sfogo alla persona impegnata in questa esperienza, così anche nella cucina giapponese.

Vengono serviti diversi piatti contemporaneamente, ognuno con ingredienti principali diversi, distinti tra loro e spesso guarniti con decorazioni non commestibili, come aghi di pino o foglie di acero. Una parte importante dell'esperienza estetica del consumo di questi piatti è l'ordine in cui noi stessi organizziamo la sequenza, scegliendo i bocconi man mano con le bacchette. Non è un'attività di solo consumo, ma è necessario anche fare delle scelte sulla disposizione migliore per godere al massimo il gusto e consistenza di ogni ingrediente. La sensibilità del cuoco viene riflessa sull'attenta disposizione nel piatto che prepara la scena per noi, in modo da lasciarci assaporare la sinfonia da noi creata; questo non sarebbe possibile se il cibo venisse servito a caso nel piatto.

¹¹⁸ BEFU, "Gift-Giving ...", cit., pp. 448-452.

¹¹⁹ SAITO, "Japanese Aesthetics of...", cit., pp. 259-260.

¹²⁰ Kenneth C. GEHRT, Soyeon SHIM, "Situational Influence in the International Marketplace: An Examination of Japanese Gift-Giving", *Journal of Marketing Theory and Practice*, 10, 1, 2002, cit., p. 13.

¹²¹ Colleen Leahy JOHNSON, "Gift Giving and Reciprocity among the Japanese Americans in Honolulu", *American Ethnologist*, 1, 2, 1974, cit., p. 298.

Questi esempi illustrano il modo in cui la disposizione spaziale nella cultura giapponese sia tipicamente studiata al fine di valorizzare ed enfatizzare la sequenza temporale. Riflettono la sensibilità di colui che ha creato l'oggetto e il suo desiderio di presentarne la progettazione specifica del contenuto all'esperienza estetica del ricevente. Allo stesso tempo, questa esperienza si basa in parte sul grato apprezzamento e stima della premura del suo creatore. In questo senso lo studio delle confezioni ha anche funzione di mezzo di comunicazione, dove per comunicazione di intende l'espressione di virtù morali quali premura e rispetto, piuttosto che un'idea o ideologia¹²².

Cura, rispetto, sensibilità e premura verso il prossimo, sia esso umano o non umano, dovrebbero entrare nei valori morali di una società. Essere in grado di godere del benessere, agio e piacere estetico forniti da un oggetto stimola il senso di appartenenza: conferma l'importanza dei nostri bisogni, interessi ed esperienze, e a sua volta ci incoraggia ad avere la stessa considerazione verso gli altri¹²³.

¹²²SAITO, "Japanese Aesthetics of...", cit., pp. 260-261.

¹²³SAITO, "The Moral Dimension...", cit., p. 94.

Capitolo 3 – Prima e dopo il mondo ukiyoe: evoluzione della cucina e influenze della globalizzazione

Food in fact is not to be seen as a mere commodity but as a symbol which tells a story about its creator and its origin. Only with its history can food (and commodities in general) obtain a value and be considered from a different point of view not linked to the economy or finance. Therefore, the meaning and the value of food lie in its own history and the value related to the consumption of the same food is different from place to place¹²⁴.

Il cibo entra nel regno della gastronomia quando l'apprezzamento per un piatto va al di là dei commenti sul suo sapore andando a considerare le regole che ne hanno guidato la creazione e i principi artistici che lo hanno ispirato, portando così il dialogo sul condimento, l'impiattamento, la freschezza e la stagionalità se non addirittura l'intera esperienza culinaria in un discorso sulla personalità culinaria nazionale. Uno dei ruoli dello studioso di gastronomia è quello di cercare di accertare dove, come e quando queste caratteristiche essenziali di una particolare cucina nazionale siano state derivate¹²⁵. Ad esempio, l'importanza della stagionalità può essere ritrovata, in senso lato, nei concetti di *hashiri* (走り), *sakari* o *shun* (盛り, 旬) e *nagori* (名残), usati dai cuochi per identificare cosa mangiare in quale stagione nel corso dell'anno. Il primo, *hashiri*, si riferisce alle 'prime verdure della stagione', le verdure che indicano l'abbondanza di quel prodotto nella stagione a venire; il secondo, *sakari*, indica cosa sia il migliore o il più maturo; infine l'ultimo, *nagori*, implica la fine del raccolto, quei prodotti che annunciano la fine e l'inizio di una stagione. Poiché nell'antico calendario le stagioni si susseguivano con estrema rapidità, anche questi tre concetti si alternavano con la stessa velocità: "In essence, all of this, as a preoccupation, was made possible because of our history [...]. First, the food was prepared for the gods. Then it was meant for warriors. Later it was provided to royalty. It wasn't until the Edo Period [1615–1868] that cuisine was available to the masses and what we now call *kaiseki* could be found in restaurants." spiega uno chef.¹²⁶

¹²⁴ Niccolò GERI, "How *Sushi* Became Popular in Italy, The Role of Producers and Consumers" in Maria Roberta Novielli, Bonaventura Ruperti e Silvia Vesco (a cura di) *Italy-Japan. Dialogues on Food*, Venezia, Fondazione Università Ca' Foscari, 2021, cit., p. 58.

¹²⁵ RATH, "Reevaluating *Rikyū*...", cit., pp. 67-68.

¹²⁶ HAAS, "*Hashiri, Sakari, Nagori*...", cit., pp. 6-8.

Studi e scritti popolari identificano la formazione della cucina *kaiseki* (懷石), che indica il semplice pasto consumato prima della cerimonia del tè oppure la tradizionale cucina giapponese servita in varie portate alla fine del tardo XVI secolo come un elemento fondamentale per la genesi della cucina giapponese moderna. Una scrittura alternativa è 会席料理, che indica più precisamente un set di pietanze singole per ogni partecipante durante un banchetto. Il nome "*kaiseki*" deriva dal fatto che i monaci, che all'epoca mangiavano solo una volta al giorno, tenevano una pietra calda (石) vicino al proprio petto (懷) per placare la fame quando si sentivano affamati ed è stato adottato questo nome grazie ad alcuni maestri del tè che erano monaci loro stessi.¹²⁷

Sebbene siano omonimi e spesso confusi, hanno tre caratteristiche molto diverse. Il primo è lo scopo del piatto. Lo scopo della cucina *kaiseki* (懷石) è quello di "assaggiare il tè", e il numero di elementi tende a essere maggiore rispetto alla cucina *kaiseki* (会席). Il secondo è il luogo in cui viene servito il cibo. Il *kaiseki* (懷石) viene servito in una sala da tè, mentre il *kaiseki* (会席) viene servito in un *ryōtei* (料亭, ristorante tipico) o in una sala per banchetti (*enseki* 宴席). L'ultimo è l'ordine in cui vengono serviti i piatti. Nella cucina *kaiseki* (懷石), il riso, la zuppa e il *mukozuke* (向付) vengono serviti per primi, mentre nella cucina *kaiseki* (会席) il riso e la zuppa vengono serviti per ultimi.

La ricerca delle radici della cucina nazionale giapponese nel *kaiseki* è comprensibile, perché le sue versioni contemporanee sono rappresentate dall'alta cucina giapponese, che si esprime in forma semplificata nei pasti delle cerimonie del tè (*chakai*, 茶会) private o nelle portate multiple di prelibatezze offerte nei migliori ristoranti giapponesi. La cucina *kaiseki* è stata concepita come un piatto da servire prima del *chakai*, in quanto era meglio consumare un pasto leggero per gustare il tè più denso e ricco (fatto con molto tè verde in polvere).¹²⁸

Per il *kaiseki*, bocconi di cibo preparati con cura vengono abbinati a splendidi servizi da tavola, offrendo uno standard elevato per giudicare l'estetica di qualsiasi pasto. L'espressione ben nota secondo la quale il cibo giapponese si "mangia con gli occhi" riassume importanza dell'aspetto e della presentazione nella preparazione del cibo¹²⁹. La cucina *kaiseki*, sia per ristoranti sia per il tè, si è evoluta come semplificazione dello stile *honzen* (本膳料理, forma particolarmente rituale di

¹²⁷ Jennifer L. ANDERSON, "Japanese Tea Ritual: Religion in Practice", *Man*, 22, 3, 1987, cit., p. 487.

¹²⁸ 日本の懷石料理とはどんな料理? 会席料理や割烹との違いや料理の順番などを紹介! | じゃらんニュース, "じゃらんニュース", <https://www.jalan.net/news/article/662297/>, 17-02-2023.

¹²⁹ RATH, "Reevaluating Rikyū ...", cit., pp. 68-69.

servire il cibo, in cui le pietanze prestabilite sono accuratamente disposte e servite su vassoi con gambe), che era il modo più formale di cenare nel Medioevo e nel periodo premoderno. Questa cucina utilizza tre, cinque, sette o più vassoi serviti simultaneamente, ognuno con una zuppa e dei contorni. La cucina *kaiseki* è più moderata nel numero di vassoi e di piatti.

A typical modern tea meal begins with rice, soup, and *mukōzuke* —sliced fish served by itself as sashimi or in a fish salad (*namasu*) with other ingredients and a vinegar dressing, followed by a simmered dish (*nimono*, also called *wanmori*) and grilled foods (*yakimono*). Next, a soup to cleanse the palate (*suimono*) is a prelude to delicacies (*chinmi* 珍味) from the sea and mountains. Pickles (*kō no mono*) and hot water from the rice pot (*yutō*) conclude the meal, which precedes the consumption of sweets (*kashi*) and the drinking of tea. During a tea ceremony, the components of a tea meal are brought out simultaneously, but in the restaurant version of *kaiseki* the dishes are enjoyed one at a time, and the meal concludes with rice and soup rather than beginning with them ¹³⁰.

Naturalmente, è necessario seguire un ordine specifico per consumare i piatti.

1. *Oshiki* 折敷 (vassoio di legno)

Il primo "set" della cucina *kaiseki*. Si compone di tre piatti: riso, zuppa e *mukozuke* (向付).

Mukozuke è la disposizione del piatto, che significa "dall'altra parte" delle ciotole di riso e zuppa.

Namasu (なます) e *sashimi* (刺身) sono spesso serviti in *mukozuke*.

2. *Wanmori* 椀盛り

Conosciuta anche come *nimonowan* (煮物椀), è una ciotola laccata in cui vengono serviti cibi bolliti e conditi. Verdure, carne, pesce, *fu* (麩), tortino di pesce (しんじょ), ecc. sono disposti in modo da formare una gamma di colori e coperti con della zuppa. Si caratterizza soprattutto dal fatto di essere spesso resa come una zuppa limpida.

3. *Yakimono* 焼き物

Si tratta principalmente di pesce alla griglia. Il pesce viene servito su un unico piatto per più persone e il modo formale è quello di dividere la porzione da mangiare usando le bacchette. Oggi si servono solitamente filetti di pesce senza lische.

4. *Hazukehachi* 預け鉢

Chiamati anche *hachisakana* 鉢肴, sono i cosiddetti contorni per il riso. Esempi tipici sono i *takiawase* (炊き合わせ) e le verdure in salamoia.

¹³⁰RATH, "Reevaluating Rikyū...", cit., p. 68.

5. *Shizakana* 強肴

Quando i piatti al vapore sono finiti, il pasto è completo, ma quando non ci si sente pieni, si consiglia questo piatto. Chiamato anche "*shinzakana* 進肴", viene servito principalmente con i *takiawase* e con le verdure in salamoia.



Figura 81 kaiseki ryouri 懐石料理 ①

6. *Suimono* 吸い物

Servite in una piccola ciotola dal bordo alto con coperchio. Si chiama anche "*hashiarai* 箸洗い" (pulitura delle bacchette) o

"*susugishiro* すすぎ汁" (lett. zuppa del risciacquo), in quanto serve a detergere la bocca e le bacchette.

7. *Hassun* 八寸

Così chiamato perché viene servito in contenitori i cui lati sono lunghi otto (八) misure (circa 24 cm in totale) in legno di cedro o simili. Solitamente si servono contorni basati su frutti di mare o prodotti della terra (*umi no sachi to yama no sachi* 海の幸と山の幸).



Figura 82 kaiseki ryouri 懐石料理 ②

8. *Yutō* 湯桶

Indica la parte finale del pasto *kaiseki*. Lo *yutō* è un riso abbrustolito e su cui viene versata acqua bollente e aggiunta una piccola quantità di sale, o in alternativa, viene messo in salamoia in acqua calda. Il *kō no mono* 香の物 sono verdure in salamoia.

9. *Kashi, koicha* 菓子・濃茶

Alla fine della cerimonia vengono serviti *kashi* 菓子 e *koicha* 濃茶. Gli *kashi* sono dolci freschi, che esaltano il sapore del *koicha* e sono comuni nella cerimonia del tè. Il *koicha* è un tè denso e consistente a base di *matcha* aggiunto in grande quantità¹³¹.

¹³¹ 日本の懐石料理とはどんな料理？会席料理や割烹との違いや料理の順番などを紹介！ / じゃらんニュース, “じゃらんニュース”, <https://www.jalan.net/news/article/662297/>, 17-02-2023.

Durante il pasto, quando non vengono utilizzate, le bacchette devono essere appoggiate su un poggia bacchette (*hashioki* 箸置き). Non bisogna assolutamente appoggiare le bacchette su ciotole o piatti da portata.

Se c'è un contenitore cartaceo per le bacchette, dopo il pasto è bene rimetterle nel contenitore e piegare le estremità per mostrare che sono state usate. Tuttavia, non si tratta di una regola ferrea, per cui è sufficiente non creare disagio alle persone intorno a noi.

I coperchi devono essere posizionati sul retro del piatto con il lato posteriore rivolto verso l'alto. Se non c'è spazio sul retro, può essere posizionato lateralmente. È importante ricordarsi di rimettere il coperchio quando si è finito di mangiare. Molte delle ciotole laccate utilizzate nei ristoranti sono costose e possono danneggiarsi se i coperchi vengono impilati l'uno sull'altro. Inoltre, bisogna fare attenzione quando si usano cucchiaini di metallo sulle ciotole laccate, perché potrebbero anche graffiarle. Le ciotole devono essere maneggiate con cura.

È possibile avvicinare sollevandole ciotole e ciotoline, così come i piatti di salsa di soia per il sashimi, per portarli alla bocca. I piatti di sashimi e il vassoio di portata del sashimi non devono essere tenuti in mano. Inoltre, non è accettabile tenere la mano libera al posto del piatto. È accettabile bere tutto il brodo rimasto in una ciotola di *nimono* 煮物.

Non si può girare il pesce quando si mangia la metà inferiore. Bisogna togliere l'osso centrale e lasciarlo da parte prima di mangiare il la parte inferiore del pesce. Inoltre, va contro le buone maniere mangiare la parte inferiore attraverso l'osso. Non bisogna usare una bacchetta per mano per cercare di staccare la carne.

Si dice che si debba mangiare il sashimi dalla carne bianca alla carne rossa, e il *tempura* dagli ingredienti leggeri come le verdure a quelli più pesanti come l'anguilla di mare. Questo perché è più facile assaggiare gli ingredienti, ma non è obbligatorio¹³².

Kumakura Isao afferma che la cucina *kaiseki* sia stata perfezionata nel corso della vita di Sen no Rikyū 千利休 (1522-1591), dichiarazione approfondita da Katarzyna Cwierka, secondo cui, avendo creato le regole fondamentali del *kaiseki*, Rikyū sia il fondatore di questo stile culinario. Con questo si intendono le regole dell'estetica di un elemento di estremo valore per la cultura giapponese.

¹³² 日本の懐石料理とはどんな料理？会席料理や割烹との違いや料理の順番などを紹介！ | じゃらんニュース, “じゃらんニュース”, <https://www.jalan.net/news/article/662297/>, 17-02-2023.

Tuttavia, così facendo, vengono potenzialmente negate i contributi di altri individui e si ignora il processo storico di sviluppo avvenuto sul lungo periodo.

Questa affermazione si basa su tre incongruenze: primo, la datazione anacronistica della cucina *kaiseki* al periodo in cui visse Rikyū, quando in realtà il termine era a malapena utilizzato, secondo, l'eccessiva rivisitazione dei dati sui pasti dei *chakai* di Rikyū (scarni e scritti in un singolo testo), e infine, la dipendenza su informazioni da fonti apocrife basate più sulla sua filosofia che sulle sue effettive preferenze scritte da alcuni successori autoproclamati oltre un secolo dopo la sua morte.

Al tempo di Rikyū *kaiseki*, inteso come 会席, era un termine maggiormente associato ai ritrovi per comporre poesie. Fu solo nella seconda metà del XVI secolo che venne associata ai pasti dei *chakai*, e, con questi caratteri continuò a indicare ritrovi poetici fino al periodo premoderno quindi molto dopo la scomparsa di Rikyū¹³³.

Il pasto *kaiseki* è un efficace rituale che coinvolge i sensi del gusto, vista, olfatto e tatto. Inoltre, comunica anche il messaggio che piccole quantità di cibo semplice e povero possono soddisfare i requisiti estetici sia di chi ha preparato il pasto sia di chi lo riceve, se entrambi si prendono il tempo di apprezzarne la natura. In più condividere cibo e *sake* è un ottimo metodo per incoraggiare piacevoli sensazioni tra gli ospiti, soprattutto se anche l'ospite stesso partecipa¹³⁴.

È stato solo intorno alla metà del XVIII secolo, un secolo e mezzo dopo la morte di Rikyū, che i maestri del tè adottarono l'abitudine di servire un singolo vassoio con una zuppa e dei contorni¹³⁵.

La politica nazionalista del periodo Meiji portò a dei cambiamenti nella politica culinaria, in particolare, il riso divenne oggetto di studi alimentari. L'importanza del riso non è solo culturalmente importante, lo è anche a livello politico. Questo si riflette nel continuo uso della parola *gohan* ご飯, che indica allo stesso tempo 'riso cotto' e 'pasto'. In periodo Edo il riso aveva anche funzione di valuta per il pagamento delle tasse e gli stipendi dei funzionari. Nel Giappone contemporaneo, invece, il riso si è trovato spesso al centro del dibattito sugli accordi commerciali, in particolare con gli Stati Uniti che pretesero l'apertura del mercato giapponese del riso in nome del liberismo commerciale. Il riso è sempre stato il fulcro della dieta giapponese ma prima del secondo dopoguerra la maggior parte del popolo giapponese consumava riso misto con altri tipi di grano, come orzo e miglio; la crusca, ricca di vitamina B1 (tiamina) non veniva rimossa¹³⁶.

¹³³ RATH, "Reevaluating Rikyū...", cit., pp. 69-75.

¹³⁴ ANDERSON, "Japanese Tea ...", cit., p. 487.

¹³⁵ RATH, "Reevaluating Rikyū...", cit., p. 86.

¹³⁶ Stephanie ASSMANN, "Culinary Politics in Japan: The *Shokuiku* Campaign", *Gastronomica*, 17, 3, 2017, cit., p. 16.

A seguito dell'incontro con la dieta euro-americana, i dibattiti sull'alimentazione presero una connotazione politica, e la nuova dieta basata su proteine animali e frumento, venne considerata superiore. Il consumo di carne in quanto cibo ricco di proteine più di tutto ebbe un impatto significativo sulla politica imperialista del Giappone e la creazione di una potente armata. Nel Gennaio del 1871 il popolo giapponese venne a sapere che l'Imperatore si era cibato di carne e anche questo influenzò i consensi sul consumo di carne. Fino a quel momento era stato proibito più volte cibarsene principalmente per motivi religiosi, in quanto era proibito uccidere e macellare animali era considerata un'azione impura. Il tabù di origine buddista risale al 675 d.C. ed è stato mantenuto nel corso dei secoli, tuttavia con la diffusione delle scienze nutrizioniste dal tardo XIX secolo in poi, la carne divenne l'alimento perfetto per i suoi valori nutrizionali, e pertanto contribuì a diffondere la cucina euroamericana, la maggior parte della quale era composta di piatti a base di carne¹³⁷.

Inoltre, nel secondo dopoguerra, sotto l'occupazione americana (1945-52) la politica alimentare giocò un ruolo decisivo. A causa della carenza di cibo, il paese soffriva la fame, e l'organizzazione americana 'Licensed Aid for Relief in Asia' (LARA) si occupò della distribuzione del cibo ai cittadini giapponesi e agli alunni. Questo programma ebbe un impatto così cospicuo che influenzò la dieta di generazioni di giapponesi; nelle mense scolastiche i menù aggiunsero in quantità sempre maggiori latticini e prodotti a base di frumento, che portarono ad un graduale declino del consumo di riso¹³⁸.

Il cibo ha influenzato le interazioni diplomatiche per secoli, ma come indica il nuovo termine recentemente coniato 'gastro-diplomazia', negli ultimi anni ha raggiunto una posizione molto più importante per quanto riguarda il coinvolgimento del pubblico e non solo in Giappone. La gastro-diplomazia viene definita come una forma di diplomazia pubblica che evidenzia e promuove la cognizione e la consapevolezza di una cultura culinaria nazionale ad un pubblico estero¹³⁹.

¹³⁷ Katarzyna J. CWIERTKA, "EATING THE WORLD: RESTAURANT CULTURE IN EARLY TWENTIETH CENTURY JAPAN", *European Journal of East Asian Studies*, 2, 1, 2003, p. 111.

¹³⁸ ASSMANN, "Culinary Politics...", cit., p. 17.

¹³⁹ Katarzyna J. CWIERTKA, "Serving the Nation: The Myth of Washoku" in Katarzyna J. Cwiertka, Ewa Machotka (a cura di), *Consuming Life in Post-Bubble Japan: A Transdisciplinary Perspective*, Amsterdam, Amsterdam University Press, 2018, cit., p. 102.

Gastrodiplomazia: il ‘*washoku*’ 和食

Prima di tutto è necessario mettere in chiaro che il termine ‘*washoku*’ (和食) è, in realtà, una parola relativamente nuova creata alla fine del XIX secolo, con l’emergere di simili neologismi con il prefisso ‘*wa*’ (和, per indicare il Giappone o oggetti di origine o in stile tradizionale giapponese) in risposta all’intromissione della cultura euro-americana su suolo giapponese. Oggetti mondani come cibo e abiti che in precedenza non necessitavano di una particolare denominazione, adesso andavano specificati come autoctoni o esterni. È solo in seguito che ‘*washoku*’ entra nel linguaggio comune, anche se non viene utilizzato per indicare la cucina tipica casalinga, ma segnala precisamente il contrario: la cucina dei ristoranti¹⁴⁰.

Oltre al concetto di stagionalità in Giappone, legato all’idea del cibo prima dell’avvento della refrigerazione, non esistevano quelli di ‘cucina nazionale’ o anche ‘produzione locale’, sarebbero risultati superflui in quanto prima del tardo XIX secolo tutto il cibo veniva prodotto localmente. Questi neologismi sono stati creati al solo scopo di stabilire la differenza tra cibo locale e prodotti di altri paesi, e in relazione al modello dominante dei menù dell’élite urbana. Come la cosiddetta "tradizione", le cucine nazionali e locali non possono essere distinte dalle nozioni di globalizzazione e modernità, anche se sono state raffigurate come antecedenti ad esse per essere messe in loro contrapposizione¹⁴¹.

Il cibo rappresenta una connessione importante tra la cultura e l’ambiente in Giappone: appartiene ad entrambi sia perché combina certe funzioni biologiche con alcune abitudini culinarie, simboli e valori che storicamente hanno prodotto un complesso patrimonio culturale e, allo stesso tempo, rappresentano una lente privilegiata con cui osservare le relazioni tra produzione e consumo di cibo¹⁴². Nel 2013 il *washoku* è stato aggiunto alla lista del Patrimonio Culturale Immateriale UNESCO, fissando il *washoku* come fenomeno culinario globale. La sua importanza strategica deriva dalla creazione, tramite mass-media, ‘immagini identitarie’ della produzione di cibo come risaie, villaggi rurali o località per la produzione artigianale. Al centro di questa logica culturale sono la produzione e riproduzione di immagini culinarie in funzione delle norme di costruzione dell’identità che hanno trasformato il concetto di *washoku* in qualcosa di rappresentativo della

¹⁴⁰ CWIERTKA, “Serving the Nation...”, cit., p. 92.

¹⁴¹ Eric C. RATH, “Historical Reflections on Culinary Globalization in East Asia”, *Gastronomica*, 17, 3, 2017, cit., p. 83.

¹⁴² Giovanni BULIAN, “Savoring Authenticity: Food Consumption and Nostalgia in Japan” in Maria Roberta Novielli, Bonaventura Ruperti e Silvia Vesco (a cura di) *Italy-Japan. Dialogues on Food*, Venezia, Fondazione Università Ca’ Foscari, 2021, cit., p. 67.

nazione. “*Umi no sachi, yama no sachi* 海の幸, 山の幸” è un’ espressione popolare per indicare i frutti del mare e della montagna nel ricco patrimonio gastronomico del *washoku*: riso, *sansai* 山菜 (vegetali, radici e frutti selvatici delle montagne) e pesce (tonno, salmone, orata e sgombro).¹⁴³ Gli chef di Kyoto in particolare hanno avuto un ruolo chiave nella campagna per ottenere il riconoscimento UNESCO. Mentre avevano inizialmente progettato di candidare la cucina *kaiseki*, o cucina di Kyoto, osservando l’ esempio della cucina di corte coreana preferirono alterare la proposta su modello della cucina francese, che ottenne il riconoscimento nel 2010, per registrare la cucina *washoku* come la ‘dieta tradizionale dei giapponesi, con particolare attenzione alla celebrazione del Capodanno’. Nonostante la vaga terminologia, il *washoku* ha avuto un enorme successo, aumentando la popolarità del cibo giapponese all’ estero¹⁴⁴.

Studiosi, chef e funzionari statali hanno lavorato insieme per creare un “*washoku no hi* 和食の日”, “Giorno del *washoku*”, al fine di stabilire un giorno dedicato a preparare e servire sano cibo giapponese, forgiando l’ idea che si tratti di cibo ‘autentico’ con la capacità di unire gusto e tradizione, ricette e stagioni, appetito e salute, identità e cittadinanza locale, secondo una serie di principi consolidati del patrimonio gastronomico giapponese¹⁴⁵.

Uno dei problemi ritenuti conseguenza della globalizzazione del cibo e dell’ agricoltura è declino della preparazione del cibo ‘tradizionale’ giapponese (*washoku*) nelle case. Studiosi e attivisti parlano di una ‘crisi’ per il *washoku*, dove per *washoku* si intende un modello per dei pasti consistenti in riso, zuppa e tre piatti di accompagnamento composti da una minima quantità di grasso animale. Si dice che questa cucina, pertanto, richieda *dashi* (出し, un brodo a base di *konbu* e sgombro affumicato), che svolge da base per altre zuppe, inclusa la zuppa di *miso*, verdure bollite, piatti di pesce e omelette alla giapponese. Il



Figura 83 和食の日①

¹⁴³ BULIAN, “Savoring Authenticity...”, cit., p. 68.

¹⁴⁴ Greg de ST. MAURICE, “Kyoto Cuisine Gone Global”, *Gastronomica*, 17, 3, 2017, cit., p. 44.

¹⁴⁵ BULIAN, “Savoring Authenticity...”, cit., p. 69.

fatto che persino dirigenti dell'industria alimentare abbiano collaborato per organizzare il “*washoku no hi*” è indicativo di quanto i cambiamenti gastronomici degli ultimi decenni siano considerati un pericolo da affrontare tramite interventi pubblici. Secondo Eric Rath l'attuale ‘crisi’ e i metodi utilizzati per incoraggiare la creazione e consumo di questa versione idealizzata e normalizzata della dieta ‘tradizionale’ minacciano di cancellare i contributi di piatti e alimenti locali¹⁴⁶.

L'attribuzione di un particolare valore identitario al *washoku* si è infatti tradotta in un sentimento nostalgico di perdita irrimediabile della propria identità, entrando a far parte dell'immaginario del *furusato* 故郷 (antico villaggio o luogo nativo), un termine che potrebbe essere esteso all'intera

nazione: *nihon furusato* 日本故郷 (antico villaggio giapponese). Con il marketing di massa del *furusato*, l'identità specifica locale viene meno, in modo da poter simbolicamente riconoscere ogni villaggio rurale come *furusato* di tutti¹⁴⁷.

Il *washoku* è uno strumento particolarmente prezioso per gli orientamenti etici in quanto racchiude le tensioni e contraddizioni della gestione del patrimonio culinario giapponese contemporaneo, e la nostalgia ne amplifica ulteriormente il valore culturale e simbolico. Il potere del *washoku* risiede nella sua diretta espressione del valore d'uso, che ridefinisce incessantemente nuovi orizzonti culturali e tensioni socioeconomiche, continuando così a costituire un'arena di indagine interdisciplinare¹⁴⁸.

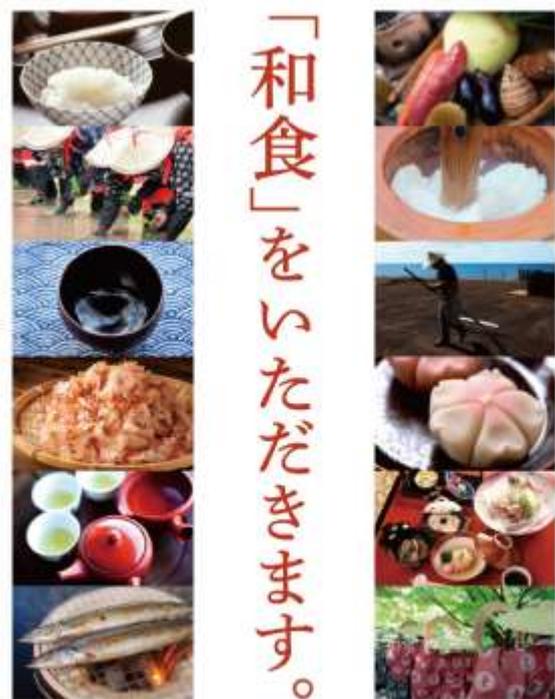


Figura 84 和食の日②

¹⁴⁶ST. MAURICE, “Kyoto Cuisine”, cit., pp. 37-38.

¹⁴⁷ Millie CREIGHTON, “Consuming Rural Japan: The Marketing of Tradition and Nostalgia in the Japanese Travel Industry”, *Ethnology*, 36, 3, 1997, cit., p. 244.

¹⁴⁸ BULIAN, “Savoring Authenticity...”, cit., pp. 70-72.

Qualità e marketing

Recentemente nel settore alimentare è emersa un'apparente contraddizione tra alti livelli di produzione e la qualità degli alimenti. Lo sviluppo di mercati alimentari di massa, insieme ai metodi di produzione "fordisti" e alle relative economie di scala, ha generato una ricchezza senza precedenti.

Tuttavia, allo stesso tempo, i processi di industrializzazione hanno portato, apparentemente, a una sempre più elevata standardizzazione dei prodotti, così che alimenti diversi sono resi sempre più simili in termini del loro contenuto di produzione. Questo processo di standardizzazione non riguarda solo la produzione, la lavorazione e la vendita al dettaglio, ma anche l'alimentazione e il consumo stesso, in modo tale per cui i pasti portano le loro proprietà industriali nello stomaco dei consumatori moderni.

Ciò nonostante, mentre il mercato contemporaneo può essere in grado di ospitare (almeno temporaneamente) i vari prodotti che emergono dalle diverse parti del settore alimentare è probabile che le contraddizioni tra la produzione di grandi volumi e quella di prodotti distinti e di alta qualità valore diventeranno sempre più marcate¹⁴⁹.

Tutti gli alimenti, per essere considerati tali, devono possedere attributi di qualità. Inoltre è probabile che questi siano sia intrinseci che estrinseci al prodotto alimentare. Le qualità intrinseche di un bene derivano dalla composizione materiale, dalla commestibilità, dal gusto e dall'aspetto, mentre le qualità estrinseche si riferiscono ai giudizi e alle valutazioni di attori umani. In pratica, la qualità di un prodotto alimentare emerge dall'interazione tra queste due dimensioni. Come conseguenza di questa interazione, la qualità può variare notevolmente da un attore o da una cultura alimentare all'altra.

Il consumatore è diviso tra i due imperativi del capitalismo: se da un lato gli viene detto di consumare, consumare e consumare ancora, abbandonando il controllo, dall'altro è condizionati dall'etica del duro lavoro, dagli imperativi del risparmio ed è abituato all'autodisciplina, così da comprare ciò che vogliamo quando ne ha la disponibilità. Il controllo del desiderio è un problema continuo del consumismo capitalista¹⁵⁰.

¹⁴⁹ Jonathan MURDOCH, Mara MIELE, "A New Aesthetic of Food?: Relational Reflexivity in the 'Alternative' Food Movement", in Mark Harvey, Andrew McMeekin, Alan Warde (a cura di), *Qualities of Food*, Manchester University Press, 2004, cit., pp. 156-157.

¹⁵⁰ Michael S. CAROLAN, "THE CONSPICUOUS BODY: CAPITALISM, CONSUMERISM, CLASS AND CONSUMPTION", *Worldviews*, 9, 1, 2005, cit., pp. 92-93.

Uno dei principali mezzi di manipolazione delle vendite è rappresentato dalle strategie di marketing e di comunicazione. In termini generali, il ruolo di queste strategie è quello di distinguere un prodotto alimentare rispetto ad altri prodotti analoghi, in modo che si riconosca dalla massa e attiri facilmente l'attenzione dei consumatori. Con la crescente industrializzazione del settore, è possibile affermare che i prodotti stanno diventando sempre più standardizzati. Di conseguenza, l'imballaggio e la presentazione assumono un ruolo di primo piano per attirare i consumatori verso determinati marchi. Al livello più basilico, quindi, la manipolazione del prodotto alimentare da parte del marketing mira semplicemente a fornire una patina estetica di qualità.

Nel fare le proprie scelte sugli alimenti da consumare, gli individui sono divisi tra l'accresciuta incertezza nel sapere cosa fare e la consapevolezza di avere libertà di scelta. Uno dei metodi per risolvere questa tensione è attraverso la valutazione consapevole della qualità e, per fare tale valutazione, i consumatori sembrano richiedere una consapevolezza delle relazioni economiche, sociali ed ecologiche che stanno alla base dei processi di produzione alimentare. Una più approfondita riflessione sulla qualità dei prodotti può quindi favorire l'emergere di una migliore comprensione della complessa serie di associazioni che riguardano la produzione e il consumo di cibo¹⁵¹.

Lo studio del cibo dovrebbe includere non solo cosa è stato prodotto e dove, ma anche da chi e come lo ha preparato. Se il lavoro di sussistenza soddisfa le necessità del produttore, nelle società complesse il produttore non è il consumatore, e le interazioni tra queste due figure possono mostrarci informazioni non solo sulla loro dieta ma anche sull'organizzazione sociale che la ha prodotta.

La distribuzione del cibo nelle società complesse è un processo elaborato strettamente connesso alla sua organizzazione politica ed economica. Spesso ci si scambia del cibo attraverso regali, festival, banchetti o mercati ma questa distribuzione è raramente uguale per tutti. Cibi e quantità di cibo diversi vengono assegnati tra l'élite e il popolo proprio per la diversità dei metodi con cui ottenere risorse¹⁵².

Secondo David Goodman il settore alimentare è entrato in una "era dell'ecologia", in cui i complessi "scambi metabolici" che legano produzione e consumo sono comparsi alla vista. Questa "età dell'ecologia" può essere individuata grazie alla popolarità degli alimenti organici, che si ritiene conservino le loro qualità naturali e nel consumo di alimenti tipici e tradizionali associati a qualità culturali di una cucina storica. A modo loro, sostiene, queste categorie alimentari sfidano la

¹⁵¹ MURDOCH, MIELE, "A New Aesthetic...", cit., p. 161.

¹⁵² GUMERMAN "Food and ...", cit., pp. 113, 117.

razionalità strumentale dell'industria alimentare e richiedono forme di produzione e consumo più relazionali¹⁵³.

Considerando il parere dei giapponesi sugli alimenti biologici, è naturale che, dopo l'intenso uso di pesticidi e il disastro nucleare di Fukushima nel 2011, il consumatore medio ricerchi sicurezza nel biologico. Società con simili problemi abbiano cercato soluzioni analoghe: negli Stati Uniti, secondo l'Organic Trade Association, il consumo di cibi biologici è al 5%, mentre in Europa, secondo l'Organic Data Network, ha una media del 6% (tra il 13% della Svizzera e il 2.6% della Norvegia). In Giappone invece, un articolo su Japan Today, solo il 4% del mercato alimentare totale è rappresentato dagli alimenti biologici.

Una delle motivazioni dietro a questa percentuale così bassa è la mancanza di una chiara definizione di cosa rappresenti un 'alimento biologico'. Secondo la FAO (Organizzazione delle Nazioni Unite per l'alimentazione e l'agricoltura) in Giappone convivono cinque categorie di alimenti che vengono chiamati *yūki shokuhin* 有機食品, i cosiddetti alimenti biologici: il biologico su cui non sono stati usati prodotti chimici da più di tre anni; il biologico di transizione, su cui non sono stati usati prodotti chimici in un periodo dai sei mesi ai tre anni; i prodotti con riduzione di pesticidi, con il 50% di utilizzo di pesticidi in meno sulla media; i prodotti senza fertilizzanti chimici e prodotti con uso ridotti di fertilizzanti, con il 50% di utilizzo in meno rispetto alla media¹⁵⁴.

Il resoconto di Goodman sembra indicare che i consumatori, nel raccogliere preferenze, scelte e gusto alimentari, entrano in un rapporto mutato con gli oggetti di date preferenze, scelte e gusti. E in questa relazione, essi non solo "riflettono" sulle qualità dei prodotti alimentari, ma esprimono un reale desiderio di immergersi in relazioni naturali e socioculturali. Così, gli alimenti biologici promettono una riconnessione con una natura che è andata progressivamente a perdersi in favore degli alimenti industriali, mentre alimenti tipici o tradizionali garantiscono una ricongiunzione con formazioni sociali e culturali che in precedenza erano rimaste distanti nello spazio o nel tempo. Consumando questi prodotti, i consumatori sembrano sperare che si possa raggiungere un legame più stretto e che questa connessione terrà a bada i rischi associati agli alimenti industriali.

I consumatori dovranno in qualche modo bilanciare "esperienza" e "giudizio": in altre parole, dovranno applicare una razionalità funzionale e allo stesso tempo in cui cercare di affrontare la mancanza di determinazione e incertezza presenti in entrambi i sistemi di conoscenza che

¹⁵³ MURDOCH, MIELE, "A New Aesthetic...", cit., pp. 159-161.

¹⁵⁴ HAAS, "The Price of Harmony...", cit., p. 2.

sostengono questa razionalità e nei beni stessi. La necessità di combinare questi due aspetti per un'alimentazione pratica porterà i consumatori a dare affidamento su nuova forma di "giudizio estetico", che preveda una riflessione intellettuale (al fine di stabilire una regola, qualcosa per guidare l'atto dell'alimentazione) e l'immaginazione, comprensione e sentimento (al fine di stabilire un rapporto estetico con il prodotto).

Tendenze recenti suggeriscono che molti consumatori - nel tentativo di venire a patti con i risvolti degli allarmi alimentari – si stanno impegnando nella riqualificazione dei prodotti alimentari. Questo processo di riqualificazione richiede nuove valutazioni e giudizi che potranno rimuovere o sostituire molte congetture scontate riguardo la qualità degli alimenti che hanno dominato il dopoguerra. La riqualificazione impone che i consumatori prendano le distanze dai prodotti alimentari in modo da riavvicinarsi in modo nuovo. Una caratteristica sorprendente di questi processi di allontanamento e riavvicinamento è che sono guidati, nella maggior parte dei casi, non dai governi o dalle associazioni di produttori ma da nuovi movimenti sociali, in particolare gruppi ambientalisti e associazioni di consumatori¹⁵⁵.

Consumismo e consumatore hanno acquisito nuovi significati oltre il semplice interesse per un migliore trattamento di questi ultimi. I movimenti dei consumatori, come i movimenti attivisti dei cittadini, sono diventati un nuovo canale per esprimere il proprio malcontento ed esigenze. L'attivismo dei consumatori viene visto come un modo per influenzare l'interesse dell'opinione pubblica nelle decisioni economiche e politiche del paese, offrendo giustizia ai consumatori sul mercato¹⁵⁶.

Consumismo in Giappone

Secondo Shimbo Hiroshi e Hasegawa Akira, lo sviluppo dell'economia di mercato in periodo Edo non riguarda beni di consumo, bensì beni di prima necessità. Nonostante ci siano tracce della varietà e qualità crescenti della merce disponibile e della flessibilità del concetto di 'necessità', gli storici ipotizzano ancora che, per la maggiore, i giapponesi di allora si occupassero solo dei beni per

¹⁵⁵MURDOCH, MIELE, "A New Aesthetic...", cit., pp. 161-163.

¹⁵⁶KIRKPATRICK, Maurine A., "Consumerism and Japan's New Citizen Politics", *Asian Survey*, 15, 3, 1975, cit., p. 235.

i loro bisogni quotidiani. Questa ipotesi rispecchia anche la visione ideologica ‘ufficiale’ secondo cui in Giappone parsimonia e auto-sufficienza siano bene e il consumo male¹⁵⁷.

Ogni ricerca sulle origini storiche del consumismo in Giappone deve iniziare dal periodo Edo, a seguito della notevole crescita della popolazione di città e metropoli grazie al periodo di pace del tempo. Nel 1800 il Giappone possedeva più metropoli di qualsiasi altro stato al mondo e la sua popolazione urbana si era ormai abituata a fare quasi totale affidamento sul mercato per la loro fornitura di beni di consumo. Nella seconda metà del periodo Edo, i mercati di Osaka e Edo davano accesso ad un’ampia selezione di prodotti, tra cui pesce, frutta, verdura, ad un assortimento di negozi specializzati ed empori, e offerte speciali per ogni genere di prestazioni e attività di svago: da ristoranti a sale da tè a parrucchieri, fornitori di cibo d’asporto, dottori e banchieri. La merce offerta spesso veniva distinta e marcata secondo produttore, luogo d’origine, grossista o rivenditore ed era comune promuovere i propri prodotti. Grandi quantità di merce che venivano prodotte o consegnate nei centri urbani e una vasta gamma di prezzi e qualità indicano che le scelte del consumatore si estendevano dai *daimyo* e ricchi mercanti desiderosi di dimostrare il proprio status e gusto estetico comprando prodotti artigianali di lusso agli artigiani, commercianti, operai e servitù che costituivano la massa della popolazione cittadina¹⁵⁸.

Il Giappone del periodo Edo era guidato da un capitalismo capillare che lo stato cercava di arginare con difficoltà. I mercati di Edo, infatti, offrivano di tutto per ogni desiderio e disponibilità. Nella popolare guida del 1824 “*Edo kaimono hitori annai*” (江戸買物獨案内, guida personale per lo shopping a Edo) sono descritti numeri come duemilacinquecento mercanti, artigiani e posti dove bere e mangiare. Nella sua densità e intensità il consumismo di Edo favoriva la feticizzazione della merce, dove persone e beni si scambiavano di ruolo¹⁵⁹.

Nel corso del periodo Edo le innovazioni relative alla produzione e distribuzione dei prodotti vengono principalmente riconosciute nella zona del Kinai, regione del Kinki, e non alla regione del Kantō, dove si trovava Edo. Se Kyoto era il centro culturale e Osaka era considerata il centro del mercato nazionale, la crescita economica di Edo viene vista più riguardo la sfera del consumo, e considerata parassitaria¹⁶⁰.

Scavi archeologici incentrati nel ritrovare Edo provano la presenza di un grande commercio interno al paese. Sono stati trovati vasetti contenenti sale raffinato dalla regione del Kinai, e diversi

¹⁵⁷ Penelope FRANCK, “Inconspicuous Consumption: Sake, Beer, and the Birth of the Consumer in Japan”, *The Journal of Asian Studies*, 68, 1, 2009, cit., pp. 137-138.

¹⁵⁸ FRANCK, “Inconspicuous Consumption:”, cit., p. 142.

¹⁵⁹ David POLLACK, “The Cultural Environment of Edo Shunga”, *Impressions*, 31, 2010, cit., p. 76.

¹⁶⁰ Gilbert ROZMAN, “Edo’s Importance in the Changing Tokugawa Society”, *Journal of Japanese Studies*, 1, 1, 1974, cit., p. 96.

contenitori con i nomi dei produttori incisi sopra indicano una forte competizione a livello commerciale per il mercato di Edo. Inoltre, il ritrovamento di oggetti in legno contenenti cibo trattato, come *katsuobushi* 鰹節 da Arai e *nattō* 納豆 (fagioli di soia fermentati) da Odawata, suggeriscono un desiderio per i cibi familiari di casa che ha portato all'importazione di vari alimenti da tutto il paese nel mercato di Edo¹⁶¹.

Fuori dalle grandi città, specie nelle zone rurali, era molto più rilevante la produzione di sussistenza, dove famiglie di contadini continuavano a produrre e lavorare la maggior parte del loro raccolto di cereali, legumi e verdura fino a XX secolo inoltrato. Ad ogni modo, con il cambiamento del focus della crescita economica in periodo Edo nelle provincie, la rosa dei prodotti e dei servizi offerti nei mercati e nei negozi dei paesi provinciali si espandeva sempre di più, e le botteghe locali dovevano competere con i venditori ambulanti per fornire merce alla gente del posto. Mentre l'aumento della produzione agricola elevava un numero sempre maggiore di persone oltre la soglia di sussistenza, il consumo di cibi e bevande elaborati, a volte anche prodotti autonomamente ma sempre più spesso comprati, iniziò ad espandersi.

Un documento ufficiale sulla condizione delle campagne e provincie in tardo periodo Edo segnala, nella attuale prefettura di Chiba, il crescente aumento di sbocchi commerciali per la vendita di prodotti come *miso*, *tōfu* e altri che generalmente venivano prodotti e consumati nelle case della popolazione rurale, mentre versioni più economiche di focacce dolci tipiche, una volta prodotte solo in piccole quantità per i ceti alti, adesso venivano comunemente vendute anche in villaggi e in campagna. Il tè, che prima era disponibile solo in polvere come bene di lusso o, al contrario, come foglie di bassa qualità seccate al sole e preparate in casa, era entrato a far parte della vita quotidiana: veniva venduto in negozi o da venditori ambulanti con una rete di vendita tra villaggi e borghi. In questo modo, per la seconda metà del periodo Edo, il consumo di alimenti che un tempo erano caratteristici della cucina delle classi urbane ed elevate si stava diffondendo anche nelle zone rurali¹⁶².

Se, tuttavia, il Giappone rurale condivideva il dinamismo riguardo la crescita demografica, la specializzazione a livello commerciale e le differenze sociali nel XVII secolo, queste erano certamente oscurate dalle trasformazioni nel settore urbano. In prossimità delle grandi città come Edo, infatti, il dinamismo rurale raggiunge il suo apice, come dimostrato dal rapido declino della

¹⁶¹ Constantine N. VAPORIS, "Digging for Edo. Archaeology and Japan's Premodern Urban Past", *Monumenta Nipponica*, 53, 1, 1998, cit., p. 87.

¹⁶² FRANCKS, "Inconspicuous Consumption:", cit., p. 142.

popolazione, il repentino aumento di piccole aziende e la scomparsa graduale del mercato settimanale rispetto agli acquisti giornalieri in città¹⁶³.

Intanto, l'assortimento di beni per la casa, indumenti e accessori offerto ai consumatori si espandeva gradualmente: se in una lista di prodotti consegnati a Osaka nel 1714 ci sono delle entrate di 1.7 milioni di ventagli pieghevoli (*sensu* 扇子) e più di mezzo milione di paia di sandali di cuoio che devono aver raggiunto mercati ben oltre le classi alte, alla fine del XVII secolo le botteghe dei villaggi avevano in magazzino carta, oggetti in ceramica, utensili da cucina, calzature, accessori per capelli e molto altro, senza contare anche tutta la gamma di prodotti alimentari lavorati disponibili e rivenditori specializzati, ad esempio, in bollitori e teiere che mandavano i propri rappresentanti nei villaggi. Inoltre, anche nel settore tessile sono aumentate enormemente la produzione e le vendite in gran parte consumate dal mercato interno sia prima che dopo l'apertura del mercato a metà XIX secolo. Questo avvenne per la produzione di tessuti in seta di lusso per i più ricchi e prodotti in cotone e *prêt-à-porter* che famiglie di ogni classe utilizzavano come surrogato per la produzione alternativa fatta in casa. Il cambiamento della moda nei materiali per i kimono e relativi accessori si diffuse dalle città fino ai corredi delle spose di famiglie ambiziose in molte zone delle provincie¹⁶⁴.

Nella metà del XVII secolo, quando i prodotti locali iniziarono a essere realizzati in grande quantità regolarmente in tutto il paese, e con l'aumento delle vendite, certi mercanti iniziarono a comprare merce con il proprio capitale e a distribuirli ai rivenditori. Questo tipo di business portava ottimi profitti, e i mercanti che si specializzarono in queste vendite furono chiamati *shiiredoya* 仕入れどや, ed erano professionisti della vendita all'ingrosso. Alcuni si concentrarono su un singolo prodotto, come riso, olio o carbone e presto si organizzarono in industrie o controllavano territori specifici¹⁶⁵. Nella seconda metà del periodo Edo era la classe urbana dei mercanti ad influenzare la moda del momento, sviluppando il proprio stile di cenare in modo elegante, vestire e divertirsi che molti della classe samurai non potevano permettersi di seguire. Nacquero i concetti dello *tsū* 通, l'intenditore uomo di mondo, e del *sui* 粋, l'uomo alla moda che gira in città: essenzialmente, un ideale di uomo non aristocratico pensato per indirizzare la distribuzione dei beni di consumo come espressioni di gusto e stile. Intanto nelle campagne, mentre i più ricchi e la 'gente mediocre' avevano rimodellato le proprie case secondo lo stile dei samurai, comprato seta 'proibita' da indossare nelle occasioni speciali e cimentato in viaggi e passatempi (cerimonia del tè, arti marziali, poesia, e attività di

¹⁶³ ROZMAN, "Edo's Importance...", cit., p. 98.

¹⁶⁴ FRANCK, "Inconspicuous Consumption:", cit., p. 143.

¹⁶⁵ TAKASHI, Katō, "Edo in the Seventeenth Century: Aspects of Urban Development in a Segregated Society", *Urban History*, 27, 2, 2000, cit., p. 204.

scrittura) che tecnicamente erano esclusivi della classe aristocratica e dei samurai, non sembra che cercassero di entrare nel ‘mondo dell’élite politica’. Certamente, i capi dei villaggi sembravano ritenere necessario stupire i funzionari di passaggio con banchetti sofisticati con tutti i tipi di specialità disponibili in città. In altre occasioni, invece, erano le élite locali che andavano impressionate con i souvenir comprati in città. Così, sembra che il consumo dell’élite rurale sia derivato da una combinazione del desiderio di entrare a far parte di essa, di sottolineare le differenze di status dentro il villaggio in questione e dell’interesse del singolo per la coltivazione personale¹⁶⁶.

¹⁶⁶FRANCKS, “Inconspicuous Consumption:”, cit., p. 145.

La produzione di sake

In Giappone i metodi della produzione del vino di riso probabilmente si conoscono da quando si conosce l'esistenza del riso stesso e ci sono documenti che ne segnalano l'uso in rituali e medicine in tempi antichi. Già nel periodo Heian i produttori di corte realizzavano diverse varietà di *sake* che andava consumato in tutti i tipi di cerimonie dalle diverse caste nobiliari, e nel XIV secolo era già prodotto a livello commerciale nelle campagne per essere bevuto nel giorno del mercato e in altri eventi pubblici. Nel periodo Edo era diffusa anche la produzione casalinga di liquore non raffinato, conosciuto come *doburoku* 濁酒, e, in generale, il *sake* deteneva il monopolio sul consumo di altri tipi di alcol in tutti i livelli della società. Nel XIX secolo distillerie di piccola scala che producevano *sake* raffinato erano diffuse in tutto il paese, mentre quelle su larga scala si erano sviluppate in aree specifiche per la produzione per rifornire le metropoli principali¹⁶⁷.

Poiché il riso era un elemento fondamentale per l'economia del periodo e poteva essere utilizzato come valuta di scambio, il governo si preoccupava di controllare la distribuzione e considerato che il commercio del riso ne influenzava il prezzo, questo avrebbe avuto conseguenze anche per l'economia del paese. Pertanto, il governo impose un limite sulla quantità di riso che le distillerie potevano usare come base per il *sake*, e in più istituì anche l'obbligo di avere una licenza per la produzione del liquore¹⁶⁸.

La continua esistenza della produzione casalinga nonostante fosse stata dichiarata illegale nel 1900 rende più complessa l'analisi delle tendenze di produzione e consumo, ed è chiaro che, nel momento in cui il governo alzò le tasse sull'alcol 'ufficiale' o quando i redditi diminuirono negli anni ottanta dell'Ottocento, le famiglie delle comunità rurali si diedero sempre di più alla produzione segreta di liquore. Si stima che tra gli anni 1889-91 la produzione casalinga fosse salita ad approssimativamente un quinto di quello raffinato ad uso commerciale, in un periodo in cui il consumo totale di alcol probabilmente era aumentato a causa dell'aumento delle imposte sul *sake*. Ad ogni modo, è indubbio che, come per la salsa di soia, si preferisse il consumo del prodotto raffinato quando possibile, anche se, proprio come per la soia, almeno fino al periodo tra le due

¹⁶⁷ FRANCK, "Inconspicuous Consumption:", cit., pp. 153-154.

¹⁶⁸ Mary Louise NAGATA, "Brotherhoods and Stock Societies: Guilds in Pre-Modern Japan", *International Review of Social History*, 53, 2008, cit., p. 134.

guerre la maggior parte della produzione veniva fornita da piccole distillerie locali e consumata in loco, risultando in una grande varietà regionale del prodotto¹⁶⁹.

Il *sake* è una parte importantissima della convivialità, soprattutto tra uomini. La regola base è che nessuno deve mai versare del *sake* per sé stesso: si fa a turno versandolo a vicenda; il concetto ‘*hitorizake* 独り酒’, bere da soli, implica che non ci sia niente di più triste che doversi versare una tazzina del proprio *sake* da soli. Nella cultura giapponese l’individuo sociale non può esistere senza l’Altro sociale, e l’individuo si definisce in base alla propria relazione con l’Altro in un dato contesto sociale¹⁷⁰.

Nel periodo Edo, il *sake* divenne una tra le bevande più popolari e ampiamente consumata dalle varie classi. Nello stesso periodo furono introdotti anche in Giappone liquori come vino, birra, whisky e brandy, provenienti da Paesi Bassi, Portogallo e Spagna, e così le bevande alcoliche divennero parte della vita quotidiana dei giapponesi, e questo continua ancora oggi¹⁷¹.

¹⁶⁹ FRANCKS, “Inconspicuous Consumption:”, cit., p. 154.

¹⁷⁰ OHNUKI-TIERNEY, Emiko, “Structure, Event and ...”, cit., p. 229.

¹⁷¹ 世界における、お酒の歴史, “アルコール健康医学協会”, <https://arukenko.or.jp/culture/index.html>, 17-02-2023.

Giappone e fast food

Tra le ripercussioni percepite della globalizzazione culturale troviamo una dipendenza sempre maggiore su cibi confezionati e fast food, un aumento di problemi di salute legati allo stile vita e, infine, la perdita della convivialità nei pasti, soprattutto nelle famiglie.

Il Giappone è circondato dal mare e due terzi dell'arcipelago sono coperti da montagne boschive. Grazie a questa conformazione territoriale, il Giappone è ricco di prodotti marini, sale e terreni ricchi d'acqua dolce per la produzione di diverse culture alimentari. Il riso è un alimento di base del Giappone e, insieme all'acqua, al sale e a condimenti come sakè, la salsa di soia, il *miso* e il *mirin*, il Giappone ha creato la propria cultura alimentare.

Con l'avvento del buddismo a metà del VII secolo, è stato proibito il consumo di carne fino a circa 150 anni fa. Anche se alcuni tipi di carne, come uccelli e conigli nelle zone rurali - erano permessi, la carne non veniva mai apertamente presentata sulla tavola. A volte, per scopi medicinali, si diceva che le famiglie nobili mangiassero carne. 'Petali di peonia' e 'foglie d'acero' sono termini colloquiali per indicare rispettivamente la carne di cinghiale e di cervo che sono stati usati fino ad oggi; come è stato osservato in precedenza, 'balena di montagna' è un altro nome di simile origine.

Poiché dalla metà del XVII secolo non si verificarono più guerre, la cultura popolare fiorì e si svilupparono arti tradizionali come l'*ukiyo-e*, il *jōruri* (teatro delle marionette) e il kabuki. Per quanto riguarda la cultura alimentare, i samurai celibi che dovevano trasferirsi a Edo per risolvere i loro obblighi andavano a mangiare sushi e *tempura*. E così nacque nel periodo Edo la cultura dei pasti fuori casa¹⁷².

Che il fast-food non sia niente di nuovo per il Giappone risulta evidente dalla vasta gamma di opzioni di fast-food presenti in quella che può essere classificata come cucina tradizionale giapponese. Ristoranti di *soba* 蕎麦 (spaghetti grano saraceno) dove si mangia in piedi nelle stazioni, venditori ambulanti di patate dolci al vapore, pezzi di pollo allo spiedo (*yakitori* 焼き鳥), pannocchie arrostate, gli *ekiben* 駅弁 comprati in stazione o dai venditori sui binari sono solo alcune

¹⁷²MICHIHATA, Fumi, NAKABASAMI, Chieko, "Acculturation and Rediscovery in Japanese Food Culture" in Maria Roberta Novielli, Bonaventura Ruperti e Silvia Vesco (a cura di) *Italy-Japan. Dialogues on Food*, Venezia, Fondazione Università Ca' Foscari, 2021, cit., pp. 99-100.

delle possibilità per mangiare un rapido spuntino. Questi cibi da mangiare in piedi, d'asporto o preconfezionati hanno fornito semplici pasti e snack per i giapponesi¹⁷³.

Inizia anche a diffondersi la cucina etnica: la cucina cinese, ad esempio, iniziò a diffondersi nella prima metà del XX secolo e il suo piatto più popolare consisteva in spaghetti di grano in brodo con fettine di maiale e *nori*, conosciuto come 'shina soba'. Alla fine della guerra, la parola shina in riferimento alla Cina aveva acquisito un significato negativo, così il nome diventò 'chūka soba', e dal 1958 è diffuso in tutto il mondo con il nome di 'ramen'.¹⁷⁴

Forse i più recenti *kaitenzushi* (回転寿司, ristorante fast food che serve sushi su un nastro trasportatore) possono essere considerati l'evoluzione finale del fast food in Giappone, unendo le caratteristiche delle consegne di fast food moderne e tradizionali. A meno che un cliente non richieda un ordine speciale il sushi viene preparato in piattini singoli che vengono poi aggiunti man mano sul nastro trasportatore, così che il cliente frettoloso possa scegliere facilmente e con rapidità mentre passano, e nel frattempo può favorire dello zenzero presente sul bancone per pulirsi la bocca. Il cliente, poi, può approfittare del distributore self-service di tè davanti a ogni posto a sedere. Questi negozi servono un pranzo o una cena, o altrimenti un rapido spuntino con il minimo tempo d'attesa, oltre ad essere molto più economico rispetto ad un tradizionale ristorante di sushi¹⁷⁵.

Il primo ristorante di questo genere, "Mawaru Genroku Sushi", risale al 1958, quando il fondatore del locale Shiraishi Yoshizaki ebbe l'idea di creare un tavolo da pranzo scorrevole traendo ispirazione dal nastro trasportatore che si utilizzava nelle fabbriche di birra¹⁷⁶.



Figura 85 回転寿司

¹⁷³ John W. TRAPHAGAN, L. KEITH BROWN, "Fast Food and Intergenerational Commensality in Japan: New Styles and Old Patterns", *Ethnology*, 41, 2, 2002, cit., p. 120.

¹⁷⁴ CWIERTKA, "EATING THE WORLD...", cit., p. 104.

¹⁷⁵ TRAPHAGAN, KEITH BROWN, "Fast Food and ...", cit., p. 121.

¹⁷⁶ 回転寿司の歴史 | 元祖廻る元禄寿司 ホームページ, 元祖廻る元禄寿司 ホームページ, <http://www.mawaru-genrokuzusi.co.jp/history/>, 17-02-2023

Il significato del fast food per i giapponesi è diverso, e dipende dall'età e generazione della persona. Il termine stesso *fast food* (ファストフード) è entrato nel vocabolario comune della lingua; ciononostante, il cibo a cui si riferisce e i negozi dove comprare e mangiare la versione giapponese sono variati. In particolare, non sono necessariamente americani o di altra origine estera.

In generale, sembra che i giapponesi associno il fast food più con uno stile di vendita che di preparazione o ingredienti. Il fast food in Giappone non è solo lo stile di un cibo, quanto lo stile di vendita di prodotti alimentari associati con filiere quali McDonald's, Gusto e Sushi Gourmet¹⁷⁷.

Tra questi, a differenza degli altre catene alimentari che hanno rigide regole sull'uniformità dei locali, i McDonald's si basano sulle informazioni degli operatori in loco su cosa puntare per migliorare le vendite in quanto sono in contatto con la comunità locale e conoscono le sue preferenze¹⁷⁸.

Una delle funzioni più importanti del cibo in Giappone è riunire insieme le persone e dare loro un senso di comunità. Condividere del cibo rafforza i legami familiari e d'amicizia creando intimità nel rapporto sociale. Nei ristoranti come McDonald's l'importanza simbolica del cibo come strumento per produrre ospitalità è subito evidente¹⁷⁹.

"Mangiando insieme, nasce la conversazione, nascono le espressioni facciali. Nasce una certa atmosfera. In tutto questo, ovviamente si tutela la vita, ma allo stesso tempo il pasto stesso, il tavolo stesso, creano legami tra le persone... Si tratta di qualcosa fatto insieme, ogni legame produce un effetto enorme¹⁸⁰."

Se la comunicazione e la comprensione reciproca delle emozioni dell'altro affiorano tramite il processo del cucinare e del mangiare insieme, il cibo portato dall'esterno non può funzionare come mezzo di comunicazione¹⁸¹.

L'esperienza normalizzata ed uguale per tutti nei ristoranti di fast food coinvolge anche le relazioni sociali delle persone, che si riducono ad un copione fisso, permettendo agli impiegati di distaccarsi socialmente e anonimato mentre dà l'illusione di un ottimo servizio al cliente¹⁸².

¹⁷⁷ TRAPHAGAN, KEITH BROWN, "Fast Food and ...", cit., pp. 121, 123.

¹⁷⁸ D. L. NOREN, "The Economics of the Golden Arches: A Case Study of the McDonald's System", *The American Economist*, 34, 2, 1990, cit., p. 62.

¹⁷⁹ TRAPHAGAN, KEITH BROWN, "Fast Food and ...", cit., p. 125.

¹⁸⁰ Kathryn E. GOLDFARB, "Food, Affect, and Experiments in Care: Constituting a 'Household-like' Child Welfare Institution in Japan", in Sabine Frühstück, Anne Walthall (a cura di), *Child's Play: Multi-Sensory Histories of Children and Childhood in Japan*, Oakland, University of California Press, 2017, cit., p. 252.

¹⁸¹ GOLDFARB, "Food, Affect, and...", cit., p. 257.

¹⁸² Minjoo OH, "Fast Food Frontiers: I've Got a Feeling We're Not in Kansas Anymore", *Studies in Popular Culture*, 31, 2, 2009, cit., p. 9.

Capitolo 4 – Fast food tradizionale: sviluppi storici e la nascita ed evoluzione degli *ekiben*

Among the entertainment, the *kabuki* play tour was the greatest for the people of Edo, regardless of their status as ordinary people or samurai. Around the theatres and playhouses, there were a lot of shops for the audience, such as a teahouse/restaurant (*shibai chaya* 芝居茶屋), a purse shop (*kinchakuya* 巾着屋), a confectionery shop (*kashiya* 菓子屋), a tobacco shop, etc.¹⁸³.

Il teatro *kabuki*, detto grande teatro/sala per gli spettacoli *ooshibai* 大芝居, era frequentato dalle persone facoltose dell'epoca, come mercanti, funzionari, commercianti di medio rango, domestiche o camerieri di palazzo. Per questa clientela, attraverso le sale da tè, venivano allestiti e riservati posti speciali (*sajiki seki* 棧敷席) che potevano usufruire di servizi e pasti. I *shibai chaya* del periodo Edo si trovavano nelle vicinanze dei teatri, in modo che gli ospiti potessero bere e mangiare prima di recarsi a teatro, e allo stesso tempo potevano prenotare un posto per lo spettacolo ed essere guidati e intrattenuti con cibo e bevande e anche dolci, sakè e altro. È in questo contesto speciale, in cui il pubblico più eterogeneo può godere degli spettacoli durante il corso della giornata, che nascono i *makunouchi bentō* 幕の内弁当.

Still today ‘Makunouchi *bentō*’ 幕の内弁当 is a meal consisting of small rice balls consumed in the *kabuki* play intermission (*makuai* 幕間). In the past it was delivered from the theatre teahouse and caterer’s delivery service to guests and customers directly in the theatre boxes. But sweets such as *manjū* 饅頭 (buns) and *yōkan* 羊羹, *sushi*, tea, and *sake* were also pleasures enjoyed whilst watching the play. Makunouchi lunch box today are a *jūbako* 重箱 (18 cm square box) with ‘bale-shaped rice ball’ and several types of side dishes (*okazu* お菜): 10 slightly baked rice balls (*nigirimeshi* 握り飯), side dishes such as omelet (*tamagoyaki* 卵焼き) and *kamaboko* 蒲鉾 (steamed seasoned fish paste, usu. in a semicylindrical shape on a strip of wood and sliced to go in soup, etc.¹⁸⁴), simmered konjac and grilled *tōfu*, *satoimo* (colocasia esculenta) and *kanpyō* (lagenaria siceraria), but also grilled fish, fried food (*agemono* 揚げ物), simmered food (*nimono* 煮物), pickles (*tsukemono* 漬物), *tsukudani*, etc.

¹⁸³RUPERTI, “Food Culture and...”, cit., p. 81.

¹⁸⁴ Nota aggiunta dall’autore

During the show, Makunouchi *bentō* was served at lunch, and *sushi oribako* 寿司折り箱 (assortment of *sushi*) and long-established sweets were served in the afternoon¹⁸⁵.

Il ‘*makunouchi bentō*’ era legato all'intrattenimento della gente comune di Edo, come le sale per gli spettacoli e la sale da tè *sumō*. Con lo sviluppo delle ferrovie, il ‘*makunouchi bentō*’ raggiunse lo stile corrente come prototipo dell'*ekiben* 駅弁, un tipo specifico di *bentō* in scatola, venduto sui treni e nelle stazioni ferroviarie in Giappone. Il ‘*makunouchi bentō*’ veniva scelto spesso per occasioni speciali come viaggi e rappresentazioni teatrali. Se un *bentō* comune può comprendere sashimi, piatti cotti e grigliati, riso e zuppa in piccole ciotole, i *makunouchi bentō* invece sono composti da polpette di riso e contorni senza zuppa per poter essere mangiati ovunque¹⁸⁶.



Figura 86 幕の内弁当

Il *mitate*, di cui si è parlato nei capitoli precedenti, è un collegamento metaforico, spesso giocoso o ironico, presente nell'arte e nella letteratura popolare del periodo Edo, che collegava la contemporaneità con la storia (recente o lontana) e che univa il volgare al raffinato (*zoku* 俗 e *ga* 雅). Questo espediente è una tecnica fantasiosa che viene utilizzata frequentemente anche nella cucina giapponese, sia la forma dei singoli piatti (ad esempio, dolci, dessert, ecc.) sia per la presentazione generale delle portate o delle tavole, spesso con espliciti riferimenti alle stagioni, tra cui i più tipici sono legati ai paesaggi naturali e ad immagini connesse a una stagione. La capacità di

¹⁸⁵RUPERTI, “Food Culture and...”, cit., p. 82.

¹⁸⁶幕の内弁当の「幕の内」とは？，“和雑貨ギフトや伝統工芸品のオンライン通販ショップ「壹ポイント」”，<https://ichi-point.jp/makunouchi/>, 17-02-2023.

inventare collegamenti e allusioni tra le figure rappresentate è affidata al loro creatore, con una mente flessibile e sensibilità estetica, la facoltà di deduzione del significato nascosto del *mitate* dipende in ultima analisi dal lettore e dalla sua sensibilità¹⁸⁷.

L'arrivo del treno e gli *ekiben* 駅弁

Negli ultimi tempi si percepisce un'ossessione per il recupero di un'autenticità culturale, la cui integrità è costantemente minacciata dall'esposizione alla cultura euro-americana e delle altre nazioni dell'Asia orientale, spesso ostili al Giappone. Qui la valorizzazione della cucina regionale gioca un ruolo fondamentale: non c'è città o villaggio che non rivendichi ingredienti originali, stili di preparazione caratteristici e calendari regionali di stagionalità e festività segnalati da specifici alimenti locali. Un chiaro esempio di questa ossessione è la popolarità degli *ekiben*, il tipico *bentō* disponibile nelle stazioni ferroviarie di tutto il Giappone. Mangiare cibo locale è infatti uno dei piaceri più coltivati nel corso dei viaggi nel Paese: ogni distretto, o meglio ogni comune, rivendica la propria cultura, presumibilmente conservata per secoli, che comprende cibi, dialetti e artigianato tradizionale. Nelle guide i migliori ristoranti o negozi di specialità gastronomiche che arricchiranno la vostra esperienza di viaggio sono elencati insieme a luoghi e località famose da visitare. E questa esperienza non si limita ai ristoranti o alle trattorie locali, ma si include anche le stazioni ferroviarie lungo il percorso che servono *ekiben* unici. L'*ekiben* è infatti diverso dai cestini per il pranzo venduti in un qualsiasi minimarket in quanto include ingredienti locali unici, e alcuni sono diventati addirittura destinazioni a sé stanti: le persone si recano in certe stazioni solo per gustare il loro *ekiben*¹⁸⁸.

Questa preoccupazione per l'autenticità culturale e culinaria, analogamente al 'gourmet boom', è emersa nel corso degli anni Ottanta, quando cresceva una nuova tendenza, identificata come "ritorno al Giappone" e la nascita di un discorso nazionalistico nella cultura mediatica giapponese. Una campagna pubblicitaria lanciata negli anni Settanta dalle Ferrovie giapponesi (JR, ex Ferrovie Nazionali Giapponesi) ha avuto un ruolo di primo piano nel diffondere questo concetto. Dopo l'EXPO 70, un evento che ha attirato un totale di 60 milioni di visitatori, la JR ha avviato la campagna 'Discover Japan' 「ディスカバー・ジャパン」 (1970), finalizzata a mantenere o

¹⁸⁷RUPERTI, "Food Culture and...", cit., p. 84.

¹⁸⁸Paola SCROLAVEZZA, "Menus for the Soul, Changing Food Landscapes in Contemporary Japan" in Maria Roberta Novielli, Bonaventura Ruperti e Silvia Vesco (a cura di) *Italy-Japan. Dialogues on Food*, Venezia, Fondazione Università Ca' Foscari, 2021, cit., pp. 96-97.

aumentare il numero di viaggiatori via treno in Giappone. Nel 1978, il successo di questo format innovativo ha ispirato la campagna ‘*Good Day, Start Off*’ 『いい日旅立ち』 e nel 1984 la campagna ‘*Exotic Japan*’ 「エキゾチック・ジャパン」¹⁸⁹. Il messaggio alla base della strategia di JR era chiaro: non c'è bisogno di viaggiare all'estero, perché il desiderio per qualcosa di esotico può essere soddisfatto anche in Giappone. Negli anni '90, JR ha lanciato nuove campagne pubblicitarie, basate sulla stessa strategia di comunicazione, e ha beneficiato del declino dei viaggi all'estero dei viaggi all'estero dopo lo scoppio della bolla economica¹⁹⁰.

Tra il 2019 e il 2020 sono quattro i settori che sarebbero stati particolarmente colpiti dal disastro di Corona. Cibo e bevande, trasporti, viaggi ed eventi. Gli *ekiben* rientrano in tre di queste categorie, quindi, come si può immaginare, le loro vendite sono state colpite molto duramente (con cali tra 80 e 90% rispetto all'anno precedente) dalla crisi di questo periodo. La situazione era così tragica che ci si riferisce ad essa come il più grande disastro nei centotrentacinque anni di storia degli *ekiben*¹⁹¹

Uno dei motivi era anche la mancanza di materie prime, come i ricci di mare, che vengono prevalentemente importati per soddisfarne la domanda negli *ekiben*; a causa del Covid la produzione estera è stata interrotta, mentre quella locale è diventata sempre più costosa. Nonostante ciò, i produttori hanno continuato la produzione al fine di proteggere la cultura alimentare locale.

A causa della mancanza di passeggeri le aziende produttrici sono passate alle vendite per corrispondenza, che sulle brevi distanze è una strategia utile. Inoltre, è stata una preziosa occasione per le aziende per curare i propri siti web e la loro presenza online. Tuttavia, ci si è presto resi conto che questo non era possibile sulle lunghe distanze.

Il problema riguardava la data di scadenza del prodotto, in quanto gli *ekiben* vanno consumati freschi, o al massimo entro un giorno, se conservati a temperatura ambiente, anche se consegnati congelati. Pertanto, le aziende si sono impegnate a sviluppare un nuovo tipo di ekiben, uscito nel 2021: gli *ekiben* congelati, *reitō ekiben* 「冷凍駅弁」.

Questa è una tendenza completamente opposta rispetto alla norma: si è passati da *bentō* che hanno un buon sapore freddi a *bentō* che hanno un buon sapore caldi, portando a ripensamenti sul concetto di ‘*ekiben*’. Qui nasceva un secondo problema, il metodo di scongelamento per mantenerne il gusto,

¹⁸⁹ ディスカバー・ジャパン – wikipedia, “Wikipedia”, 2006-01-22, <https://ja.wikipedia.org/wiki/ディスカバー・ジャパン>, 17-02-2023.

¹⁹⁰ SCROLAVEZZA, “Menus for the Soul...”, cit., p. 97.

¹⁹¹ MOCHIZUKI T., 望月崇史, コロナ禍でもがんばる全国の駅弁屋さん, “読売新聞オンライン”, 2021-12-16, <https://www.yomiuri.co.jp/hobby/travel/ryokou-select/20211210-OYT8T50016/>, 17-02-2023.

ma i produttori hanno accettato la sfida e sono riusciti a espandere le proprie vendite a livello nazionale¹⁹².

La differenza fondamentale che un fast food come *l'ekiben* ha rispetto al cibo di un McDonald's risiede nel fatto che non crea uniformità ma orgoglio regionale per i propri prodotti; un McDonald's invece non è in grado di fornire un'esperienza personalizzata in quanto è specializzato nel dare a tutti lo stesso cibo e la stessa esperienza. La diversità permessa dagli *ekiben* è in forte contrasto con l'omogeneità delle catene di fast food in America¹⁹³.

Pensare che questo *bentō* venduto esclusivamente nelle stazioni sia solo un'altra versione di fast food sarebbe violare il suo significato per i giapponesi; il suo valore è ben oltre il semplice gusto ed è più di ciò che sembra. Una delle attrattive della cucina giapponese in generale è la necessità dei giapponesi di avere tutte le portate davanti ai propri occhi insieme, contemporaneamente. Nella cucina casalinga non esistono le portate, e questo motivo si applica anche ai *bentō* delle stazioni. I *kishaben* 汽車弁 (pranzi del treno a vapore) venivano venduti e consumati sui treni, mentre gli *ekiben* sono venduti solo nelle stazioni. L'ampia rete ferroviaria in Giappone ha portato il consumo di questo 'piatto' da circa due milioni di confezioni a settimana nei tardi anni Settanta ad oltre mille possibili versioni consumate ad un passo di dodici milioni al giorno entro la metà del decennio successivo¹⁹⁴.

Il prezzo degli *ekiben* varia da poche centinaia di yen a diverse migliaia. Ci sono versioni esclusivamente per chi desidera ingredienti specifici, come lo *ikameshi* 烏賊飯 (riso e calamari) della stazione di Mori, oppure versioni in contenitori specifici, come lo *shamoji kaki-meshi* しゃもじかきめし (riso e ostriche) servito dentro una spatola per il riso (*shamoji*) della stazione di Hiroshima¹⁹⁵.

¹⁹² MOCHIZUKI T., 望月崇史, コロナ禍でもがんばる全国の駅弁屋さん, “読売新聞オンライン”, 2021-12-16, <https://www.yomiuri.co.jp/hobby/travel/ryokou-select/20211210-OYT8T50016/>, 17-02-2023.

¹⁹³ OH, “Fast Food Frontiers...”, cit., pp. 3, 12.

¹⁹⁴ NOGUCHI, “Savor Slowly...”, cit., p. 318.

¹⁹⁵ OH, “Fast Food Frontiers...”, cit., p. 12.



日本全国から選りすぐった品が 全24種! 勢揃い!

10 【鳥取県】
元祖かに寿司
昭和27年、全国に先駆けて販売を開始した「元祖」のかに寿司です
1,280円(税込)



12 【富山県】
ますのすし
桜色のマス、富山県産米を使用した純白のすし飯、緑の天然笹の味と色彩が調和した富山の名産品です
1,500円(税込)



1 【北海道】
いかめし
職人が一つづつかいの中に生米を詰め、甘辛たれで炊き上げました
780円(税込)



2 【宮城県】
薪焼き牛たん弁当
仙台発祥の牛たんを、焼き上がりに近い形で味わえる温かいお弁当です
1,180円(税込)



9 【福岡県】
博多名物焼き鳥弁当
国産鶏を使用し、博多名物の鶏皮も入れて、おつまみにも最適な1品です。
900円(税込)



11 【石川県】
柿の葉寿司
柿の葉の爽やかな風味に包まれた鮭・鯖・鯛の味をお楽しみいただけます。
1,000円(税込)



3 【神奈川県】
真空パックシウマイ
豚肉と干帆立貝柱が生み出す豊かな風味が特徴。常温保存で横浜の美味しさが楽しめます。
15個入 620円(税込)



6 【岡山県】
桃太郎の煎ずし
岡山が生んだ自慢のちらし寿司! お祭り時のご馳走として昔から愛されている岡山の郷土料理です
1,000円(税込)



4 【兵庫県】
ひばりだこ飯
真鯛や穴子・季節の野菜を炊飯に使用する蛸巻風の陶器に盛付けた名物駅弁
1,080円(税込)



8 広島・山口・博多名物
博ひすび弁当
広島・山口・博多3県の名物を盛り込んだむすび弁当です。
1,000円(税込)



7 【広島県】
活あなごめし
活メ穴子に秘伝のタレをつけ香ばしく焼き上げました。風味豊かな伝統の味をご賞味ください
1,400円(税込)



5 【兵庫県】
沢貨物コンテナ弁当
沢貨物コンテナをモチーフにした弁当第一弾は「神戸のすき焼き鍋」甘辛いすきやきをコンテナの中に盛り付けました
1,400円(税込)



広島駅で開く「全国有名駅弁食べくらべ大会」で販売する駅弁

Figura 87 Guida sugli ekiben dell'Aprile 2022

La storia collega gli *ekiben* alla cultura ferroviaria, ma i *bentō* esistevano in Giappone già da molto tempo prima dell'arrivo dei treni. Nel *Genji monogatari* 源氏物語 (lett. 'Storia di Genji'), scritto nel periodo Heian (794-1185) da Murasaki Shikibu, si racconta che alcuni clienti mangiassero del *tojiki* 屯食, polpette di riso da tenere in mano da mangiare all'aperto. Ripieni di *umeboshi* 梅干し, prugne secche agrodolci, per preservare il riso, stimolano la salivazione e l'acido citrico contenuto all'interno aiuta la digestione. Si dice che Oda Nobunaga 織田信長 (1534-1582) distribuisse ai suoi soldati contenitori pieni di polpette di riso e sottaceti, il primo *bentō* della storia, e così fece anche anche il *daimyo* Takeda Shingen 武田信玄 (1521-1573) per la sua fanteria¹⁹⁶.

Possiamo trovare degli esempi grafici del periodo Edo nelle stampe *ukiyo-e*: con la crescita sempre maggiore della popolarità del teatro kabuki tra i cittadini di Edo, gli spettatori si portavano da casa o compravano direttamente da venditori ambulanti dei *bentō* da consumare tra gli atti degli spettacoli, chiamati per questo '*makunouchi bentō*' 幕の内弁当 (lett. *bentō* dell'interludio) di cui si è parlato in precedenza. Iniziarono ad essere venduti nelle stazioni a partire del 1889, ponendo le basi per l'attuale '*makunouchi bentō*'. Questo *bentō* era commercializzato da un negozio chiamato Maneki (attualmente Maneki Food Company). Si dice che sia stato venduto per la prima volta quando è stata aperta la ferrovia Sanyo (ora JR Sanyo honsen 山陽本線), o quando la stazione di Himeji ha iniziato a funzionare nei suoi locali¹⁹⁷.

I primi *ekibentō* hanno umile origine nella stazione di Utsunomiya nel 1885 venduti al costo di 5 *sen* nel negozio Shirokiya 白木屋. E consistevano in 「おにぎり 2 個、たくあん 2 切れ」 (*onigiri ni ko, takuan ni kire*), due polpette di riso ripiene di *umeboshi* e cosparse di sesamo e sale con due pezzi di *daikon* in salamoia avvolti in una singola foglia di bambù¹⁹⁸. In quello stesso anno gli *ekiben* iniziarono ad essere venduti anche nelle stazioni di Yokogawa e Takasaki. Nel 1887 si svilupparono due livelli di *ekiben*, il grado superiore *jō* 上 e quello standard *nami* 並, e per la fine del periodo Meiji se ne aggiunse un terzo, il grado medio *chū* 中. Pagando 30 *sen* (錢, un *sen* vale un

¹⁹⁶NOGUCHI, "Savor Slowly...", cit., p. 319.

¹⁹⁷ 駅弁の歴史について知ろう！日本初の駅弁や人気の駅弁はどんななもの？ | ごはん彩々 (全米販), "ごはん彩々 | 全国米穀販売事業共済協同組合", <https://www.gohansaisai.com/fun/entry/detail.html?i=77317-02-2023>.

¹⁹⁸ 駅弁の歴史について知ろう！日本初の駅弁や人気の駅弁はどんななもの？ | ごはん彩々 (全米販), "ごはん彩々 | 全国米穀販売事業共済協同組合", <https://www.gohansaisai.com/fun/entry/detail.html?i=77317-02-2023>.

centesimo di uno yen) si poteva preordinare un *bentō jō*, che poteva essere ricevuto direttamente dal cliente attraverso il finestrino del treno.

Con molte nuove tratte e la pubblicazione regolare delle tabelle orarie tutto era pronto per la diffusione del *meibutsu ekiben* 名物駅弁, le specialità locali. Nel 1896 la stazione di Shizuoka iniziò a vendere il suo *tai meshi* (riso con orata) e la stazione di Yamakita sviluppò il suo *ayu sushi* (sushi con trota di fiume fresca)¹⁹⁹.



Figura 88 静岡, 鯛めし Shizuoka, tai meshi

¹⁹⁹ NOGUCHI, “Savor Slowly...”, cit., p. 320.

Gli *ekiben* nella contemporaneità

Nel secondo dopoguerra i divieti sugli spostamenti insieme ad altre condizioni ostacolarono le vendite di *ekiben*; inoltre a causa della carenza di cibo anche *ekiben* con il *kuro pan* 黒パン, pane di segale, e *udon* si esaurivano in fretta. Se non si possedeva un *gaishokuken* 外食券, un coupon per mangiare fuori casa, non si potevano comprare *ekiben*; inoltre, a causa dell'inflazione i prezzi, da un minimo di 5 yen nell'aprile 1946, raddoppiano nell'aprile 1947 e per ottobre dello stesso anno erano lievitati a 20 yen. Alla fine del 1948 erano cresciuti a dismisura fino ai 70 yen. È solo dal 1952, grazie all'eccedenza di riso di bassa qualità, che si può ricominciare a comprare *ekiben* senza un coupon, finché nel 1955 riconquistò la popolarità originale. Con il completamento della linea Tokaido Shinkansen nel 1964, il Giappone entrò nell'era dell'alta velocità, ma i passeggeri volevano ancora comprare *ekiben* dalle finestre dei treni. Dal gennaio 1970 venne abolito il massimale, e da allora si arriva anche a prezzi di 2000 yen²⁰⁰.

In passato, il viaggio in sé era qualcosa di speciale, quindi anche *l'ekiben* che si mangiava in quell'occasione diventava speciale. Gli *ekiben* dovevano essere un banchetto, perché contenevano contorni che non si potevano mangiare tutti i giorni. La gioia dell'*ekiben* sta nel poter incontrare specialità locali, ingredienti e sapori unici della zona²⁰¹.

Gli aspetti più decantanti degli *ekiben* sono tre: la presentazione del contenitore, che è strettamente connessa alla zona di produzione e cerca di trasmetterne il fascino attraverso il pasto; l'originalità di ogni regione che si trasmette nella creazione dell'*ekiben*, in quanto non si pensa alla sua creazione con idee per il mass marketing ma da un punto di vista intuitivo riguardo la singola regione; come ricordi del proprio viaggio, infatti è probabile che i contenitori degli *ekiben* possano essere riutilizzati per altro, più antica è l'origine dell'*ekiben* in questione. Inoltre essendo frutto dei locali, un *ekiben* e il suo contenitore saranno sempre connessi a quella regione e ai ricordi che evoca²⁰².

L'analisi a livello culturale degli *ekiben* invita il paragone con il fast food americano, la maggior parte del quale viene servito caldo, rispetto agli *ekiben* che vanno consumati freddi. Dove il fast food americano è associato alle automobili, gli *ekiben* lo sono ai treni. Mentre gli *ekiben* sono cibo

²⁰⁰ NOGUCHI, "Savor Slowly...", cit., p. 321.

²⁰¹ 駅弁の意味とは？日本人にとって駅弁はただのお弁当ではなかった！ - live japan, "LIVE JAPAN", https://livejapan.com/ja/in-tokyo/in-pref-tokyo/in-tokyo_train_station/article-a0001711/, 17-02-2023.

²⁰² UEDA, T., にっぽんの駅弁。 - 駅弁の魅力 クリエイティブディレクター 戸村 亜紀, "SHUN GATE: 日本の食文化を紹介", 2015-04-27, https://shun-gate.com/power/power_17/, 17-02-2023.

per le masse e sono omologati da un lato, dall'altro vantano variazione territoriale e sono frutto di una fertile immaginazione gastronomica. Possono imitare la natura, ma cadono anche vittime di trappole culturali in quanto devono soddisfare sia l'occhio che il palato e per dimostrare la propria affermazione artistica attingono da un vasto assortimento di materiali moderni e tradizionali. Gli *ekiben* sono oggetti intellettuali quanto istintivi, ed evocano immagini di gusto, vista, olfatto, suono e tatto, stuzzicando l'intera gamma dei sensi umani agendo da punto d'accesso per l'analisi culturale dei Giapponesi. Gli *ekiben* sono simboli efficaci perché fungono da tramite tra un passato onorato e la nuova era della velocità negli spostamenti. Comunicano con le frequenze del tempo sia naturale che meccanico; sono prodotti in massa da fabbriche e negozi sotto scadenze di produzione per soddisfare le esigenze di viaggiatori indaffarati, ma invitano a riflettere andando oltre il semplice bisogno di soddisfare la propria fame. Gli *ekiben* sopravviveranno in Giappone finché il treno rimarrà un mezzo popolare del trasporto via terra e mostreranno le loro infinite capacità gastronomiche²⁰³.



Figura 89 Serie di ekiben presentati all'evento su gli ekiben nel Gennaio 2022

²⁰³ NOGUCHI, "Savor Slowly...", cit., p. 328.

Conclusione

In questo elaborato si è trattato della rappresentazione del cibo nelle stampe giapponesi *ukiyo*e e la sua evoluzione attraverso il tempo, fino ad arrivare ai nostri giorni.

Partendo da un'analisi di diversi casi studio di stampe abbiamo esaminato le tipologie favorite di cibo presenti, gli abbinamenti con suppellettili da cucina, la presenza o meno di personaggi per completare l'immagine e quali occasioni speciali fossero le più popolari da descrivere con una stampa.

Per arrivare a queste conclusioni è stato necessario limitare il campo dei casi di studio presi in esame, per semplice comodità e reperibilità, oltre alla scelta di artisti relativamente famosi per osservare quali fossero le generali preferenze del pubblico cittadino di periodo Edo.

Le tipologie di stampe *ukiyo*e su cui ci si è concentrati sono due: le stampe *surimono* e i *nishikie*.

Queste tipologie sono state ulteriormente divise, poi, in base ai soggetti rappresentati. I *surimono* sono stati catalogati in base alla presenza o meno di personaggi o figure umane, rispetto a 'semplici' nature morte. Per quanto riguarda i *nishikie*, la loro classificazione è più complessa. È stata fatta una prima analisi generale per dimostrare le tipologie di *nishikie*, e solo in secondo luogo sono state osservate singolarmente queste tipologie.

Le serie in questione riguardavano i temi delle *bijin* e degli spettacoli kabuki nei *bijinga*, le stampe relative alle 'Cinquantatré stazioni del Tōkaidō' e quelle relative a famose località, tra cui in particolare ci si è concentrati sulle località di Edo, delle stampe itineranti.

Terminata l'indagine sui casi di studio, sono state, infine, raccolte le informazioni relative ai pattern sulla rappresentazione del cibo presenti, e sono stati applicati ad un ulteriore caso di studio inedito al fine di verificarne la completezza.

Successivamente ci si è concentrati sull'estetica relativa alla presentazione del cibo nelle stampe esaminate. Sono state esaminate le modalità di impiattamento di una pietanza e il tipo di abbinamenti tra pietanza e suppellettili per guarnire, presentare e decorare quest'ultima. In un secondo momento si è poi osservato il rapporto tra estetica e natura nell'ottica gastronomica; come la natura venga imitata e rappresentata, ma anche il modo in cui essa venga assorbita e rielaborata in modi assolutamente innaturali.

Inoltre, è stato possibile analizzare la presenza di questo rapporto attraverso la storia, fino all'epoca contemporanea e i suoi sviluppi nel corso del tempo.

Nel terzo capitolo ci si concentra sull'influenza che le stampe hanno avuto sul periodo successivo riguardo la cucina e l'impatto della globalizzazione sulla gastronomia locale.

Si è parlato della nascita del concetto di '*washoku*', e del suo potere; del prestigio di cui esso gode a livello globale grazie al suo riconoscimento come Patrimonio Culturale Immateriale UNESCO e della sua importanza per la costruzione di un'identità nazionale culturale per il popolo giapponese.

A seguire è stato illustrato il rapporto tra la qualità degli alimenti prodotti attualmente e il suo rapporto con le strategie di marketing.

Quindi, si è trattato del fenomeno del consumismo in Giappone. Fenomeno di origine storiche, più antiche di quanto ci si possa aspettare, ancora oggi influenza il modo di vivere dei giapponesi e i loro metodi di produzione.

Infine, si è trattato del fast food in Giappone. Sono state osservate tracce della presenza di simili alimenti nel corso della storia già dal periodo Heian, e la sua presenza è sentita anche attraverso vari esempi presenti sulle stampe. Pertanto, si è poi analizzato il suo sviluppo fino all'epoca contemporanea e i risvolti differenti di data evoluzione rispetto allo 'standard' del fast food americano.

Nel quarto capitolo è stato approfondito questo aspetto, studiando degli esempi storici di fast food esistenti ancora oggi. Partendo da esempi più insoliti, per quanto classici, si è trattato del fast food per le occasioni speciali, gustato, ad esempio, andando a teatro o osservando i ciliegi in primavera. Seguendo questa linea di sviluppo, si analizza una particolare piega della cultura ferroviaria.

Con l'avvento del treno in Giappone, si è sviluppato quello che diventerà conosciuto come 'ekiben', un modello di tipico fast food giapponese. Questo fenomeno è stato studiato per quanto riguarda la sua evoluzione, struttura e caratteristiche. A seguire, infine, la sua trasformazione dal secondo dopoguerra ai giorni nostri.

La gastronomia è uno degli aspetti più importanti della vita di un essere umano, infatti, si dice letteralmente che noi 'siamo ciò che mangiamo'.

È naturale, pertanto, che la gastronomia arrivi a influenzare anche il mondo della politica e della diplomazia: storicamente, i momenti più importanti sono sempre stati connessi al cibo.

Suggellare una tregua, firmare un trattato, finire una guerra, discutere delle politiche statali... sono tutte occasioni accompagnate da del cibo: 'spezzare il pane' con qualcuno, infatti, invia un messaggio molto potente. È per questo motivo che riconoscere una cucina specifica come Patrimonio mondiale ha avuto un peso così rilevante sull'identità del popolo giapponese. Tuttavia, questo rappresenta un problema.

Se la cucina è una parte così fondamentale della cultura giapponese, come è possibile non riuscire a dare una vera definizione? Si dice che il 'washoku' sia il "cibo 'autentico' con la capacità di unire gusto e tradizione, ricette e stagioni, appetito e salute, identità e cittadinanza locale, secondo una serie di principi consolidati del patrimonio gastronomico giapponese"²⁰⁴, ma in realtà, ogni regione ha un'idea diversa rispetto a cosa viene considerato 'cibo autentico'.

Paradossalmente, un tipo di cucina che sappiamo esistere da secoli, confermata da diverse fonti storiche, letterarie e artistiche, è proprio quella che si esprime come moderno *fast food*. Infatti, nessun giapponese direbbe mai che gli *onigiri*, quelle famose polpette di riso ripiene di *umeboshi*, non siano cucina tradizionale tipica della cultura giapponese, o anche i *manju*, arrivando fino al concetto di *bentō*. Sfortunatamente, non è possibile considerare un *bentō*, con tutte le sue tipologie, un esempio di cucina tipica, proprio perché è solo un concetto che può essere interpretato in qualsiasi modo uno voglia. Così, si sviluppano in espressioni più 'formali', come gli *hanami bentō*, tanto quanto in manifestazioni più fantasiose come gli *ekiben*, eppure sono entrambi degli assoluti favoriti dai giapponesi.

L'idea per questa tesi è nata pensando proprio riguardo alla nozione di *bentō*. Mi sono chiesta se questo concetto fosse recente e da quali concetti estetici fosse regolato; se seguisse delle regole

²⁰⁴ BULIAN, "Savoring Authenticity...", cit., p. 69.

specifiche, ma soprattutto, in che modo influenzasse la società o fosse influenzato da essa. Da questo punto di partenza, sono arrivata a chiedermi se fosse possibile che indirizzasse il commercio, tramite pubblicità per i propri prodotti da parte dei venditori, e così sono giunta alla conclusione che il metodo migliore per rispondere a tali domande sarebbe stato attraverso l'analisi delle stampe *ukiyo-e*.

Le motivazioni dietro questa scelta sono molteplici: da un lato, le stampe sono di moltissime varietà e numero, dandomi la possibilità di fare un'analisi quantitativa e qualitativa, dall'altro sono relativamente facili da trovare ed esaminare. Si sviluppano in un periodo non troppo lontano dalla contemporaneità; quindi, non sono caratterizzate da testi particolarmente insoliti o di difficile comprensione, e forniscono un riflesso moderatamente accurato della società del tempo. Inoltre, essendo un mezzo grafico, piuttosto che letterario, mi ha permesso di osservare colori, forme e disposizioni che sarebbe stato decisamente più complesso ottenere da un semplice testo, anche se illustrato.

La vicinanza storica, in aggiunta, mi ha permesso di tracciare un percorso fino ai giorni nostri, permettendomi di studiare gli sviluppi delle varie rappresentazioni gastronomiche nel tempo, e ciò che dimostrano della società attorno a loro.

Ho scelto un tema riguardante il cibo proprio in quanto è un elemento di estrema importanza e influenza nel corso della nostra vita. Ho sempre trovato interessante il modo in cui è cambiata la nostra alimentazione nel tempo, e il ruolo chiave che ha giocato in innumerevoli occasioni, anche con risvolti politici. Pertanto, ho deciso di unire le mie due passioni, il cibo e l'arte, e sviluppare questa tesi.

Vorrei lasciare un ringraziamento speciale al Professor Bonaventura Ruperti, che purtroppo ci ha lasciati quest'anno, per aver fatto scattare la scintilla che mi ha condotto alla stesura di questo elaborato, grazie al suo intervento sui '*makunouchi bentō*' nella conferenza da lui tenuta nel simposio "*Venice/Japan International Food+ Symposium*" organizzato da Ca' Foscari nel marzo 2021.

Bibliografia

- ALLISON, Anne, “Japanese Mothers and Obentōs: The Lunch-Box as Ideological State Apparatus”, *Anthropological Quarterly*, 64, 4, 1991, pp. 195–208.
- ANDERSON, Jennifer L., “Japanese Tea Ritual: Religion in Practice”, *Man*, 22, 3, 1987, pp. 475–98.
- ANDINA, Tiziana, BARBERO, Carola, “Can Food Be Art?”, *The Monist*, 101, 3, 2018, pp. 353–61.
- ASSMANN, Stephanie “Culinary Politics in Japan: The *Shokuiku* Campaign”, *Gastronomica*, 17, 3, 2017, pp. 15–23.
- BEFU, Harumi, “Gift-Giving in a Modernizing Japan”, *Monumenta Nipponica*, 23, 3/4, 1968, pp. 445–56.
- BELL, David Raymond, “Learning, Play, and Creativity: *Asobi*, Suzuki Harunobu, and the Creative Practice”, *The Journal of Aesthetic Education*, 50, 4, 2016, pp. 86–113.
- BULIAN, Giovanni, “Savoring Authenticity: Food Consumption and Nostalgia in Japan” in Maria Roberta Novielli, Bonaventura Ruperti e Silvia Vesco (a cura di) *Italy-Japan. Dialogues on Food*, Venezia, Fondazione Università Ca’ Foscari, 2021.
- CABAÑAS, Pilar, “Bijinga and Nature: A Single Beauty” in Pamela Asquith, Arne Kalland (a cura di), *Japanese Images of Nature: Cultural Perspectives (Man and Nature in Asia)*, London, RoutledgeCurzon, 1996.
- CAPRIATI, Manuela, “L’UKIYO-E COME ARTE «DI USO E CONSUMO»”, *Il Giappone*, 41, 2001, pp. 43–86.
- CAROLAN, Michael S., “THE CONSPICUOUS BODY: CAPITALISM, CONSUMERISM, CLASS AND CONSUMPTION”, *Worldviews*, 9, 1, 2005, pp. 82–111.
- CHINO, Kaori, “The Emergence and Development of Famous Place Painting as a Genre”, *Review of Japanese Culture and Society*, 15, 2003, pp. 39–61.
- CLARK, Timothy T., “Mitate-e: Some Thoughts, and a Summary of Recent Writings”, *Impressions*, 19, 1997, pp. 6–27.
- CREIGHTON, Millie. “Consuming Rural Japan: The Marketing of Tradition and Nostalgia in the Japanese Travel Industry”, *Ethnology*, 36, 3, 1997, pp. 239–54.

- CWIERTKA, Katarzyna J., “EATING THE WORLD: RESTAURANT CULTURE IN EARLY TWENTIETH CENTURY JAPAN”, *European Journal of East Asian Studies*, 2, 1, 2003, pp. 89–116.
- CWIERTKA, Katarzyna J., “Serving the Nation: The Myth of Washoku” in Katarzyna J. Cwiertka, Ewa Machotka (a cura di), *Consuming Life in Post-Bubble Japan: A Transdisciplinary Perspective*, Amsterdam, Amsterdam University Press, 2018, pp. 89–106.
- DERRICK, Michele, WRIGHT, Joan, NEWMAN, Richard, “Plant Dye Identification in Japanese Woodblock Prints”, *Arnoldia*, 74, 3, 2017, pp. 12–28.
- FABRICAND-PERSON, Nicole, “The Tōkaidō Road: Journeys through Japanese Books and Prints in the Collections of Princeton University”, *The Princeton University Library Chronicle*, 73, 1, 2011, pp. 68–99.
- FESSLER, Susanna, *Musashino in Tuscany: Japanese Overseas Travel Literature, 1860–1912*, University of Michigan Press, 2004.
- FRANCKS, Penelope, “Inconspicuous Consumption: Sake, Beer, and the Birth of the Consumer in Japan”, *The Journal of Asian Studies*, 68, 1, 2009, pp. 135–64.
- GEHRT, Kenneth C., SHIM, Soyeon, “Situational Influence in the International Marketplace: An Examination of Japanese Gift-Giving”, *Journal of Marketing Theory and Practice*, 10, 1, 2002, pp. 11–22.
- GERI, Niccolò, “How *Sushi* Became Popular in Italy, The Role of Producers and Consumers” in Maria Roberta Novielli, Bonaventura Ruperti e Silvia Vesco (a cura di) *Italy-Japan. Dialogues on Food*, Venezia, Fondazione Università Ca’ Foscari, 2021.
- GOLDFARB, Kathryn E., “Food, Affect, and Experiments in Care: Constituting a ‘Household-like’ Child Welfare Institution in Japan”, in Sabine Frühstück, Anne Walthall (a cura di), *Child’s Play: Multi-Sensory Histories of Children and Childhood in Japan*, Oakland, University of California Press, 2017, pp. 243–63.
- GUMERMAN, Georg, “Food and Complex Societies”, *Journal of Archaeological Method and Theory*, 4, 2, 1997, pp. 105–39.
- GUNSAULUS, Helen C., “The Japanese New Year’s Festival, Games and Pastimes”, *Leaflet*, 11, 1923, pp. 1–18.
- HAAS, Scott, “*Hashiri, Sakari, Nagori*: Toward Understanding the Psychology, Ideology, and Branding of Seasonality in Japanese Gastronomy”, *Gastronomica*, 15, 2, 2015, pp. 3–9.
- HAAS, Scott, “The Price of Harmony: The Ideology of Japanese Cuisine”, *Gastronomica*, 17, 2, 2017, pp. 1–4.

- HIGGINS, Chelsea Leigh, "Japanese Woodblock Prints of the Edo Period : Origins, Routes and Destinations for Travelers", MA thesis, Montana State University - Bozeman, College of Arts & Architecture, 2015.
- HONG, Suk Ki, RAHN, Hermann, "The Diving Women of Korea and Japan", *Scientific American*, 216, 5, 1967, pp. 34–43.
- ISOZAKI, Arata, "Floors and Internal Spaces in Japanese Vernacular Architecture: Phenomenology of Floors", *RES: Anthropology and Aesthetics*, 11, 1986, pp. 54–77.
- JOHNSON, Colleen Leahy, "Gift Giving and Reciprocity among the Japanese Americans in Honolulu", *American Ethnologist*, 1, 2, 1974, pp. 295–308.
- KAFŪ, Nagai, SELDEN, Kyoko, FREEDMAN, Alisa, "Ukiyo-e Landscapes and Edo Scenic Places (1914)", *Review of Japanese Culture and Society*, 24, 2012, pp. 210–32.
- KIRKPATRICK, Maurine A., "Consumerism and Japan's New Citizen Politics", *Asian Survey*, 15, 3, 1975, pp. 234–46.
- KORENBERG, Capucine F., PEREIRA-PARDO, Lucia, MCELHINNEY, Peter J., DYER, Joanne, "Developing a Systematic Approach to Determine the Sequence of Impressions of Japanese Woodblock Prints: The Case of Hokusai's 'Red Fuji'", *Heritage Science*, 7, 1, 2019, pp. 1–11.
- KUWAYAMA, Takami, "Review of Rice as Self: Japanese Identities Through Time, by E. Ohnuki-Tierney", *Asian Folklore Studies*, 53, 2, 1994, pp. 359–61.
- MARAVILLAS, Francis, "The Unexpected Guest: Food and Hospitality in Contemporary Asian Art", in Antoinette, Michelle, Caroline Turner (a cura di) *Contemporary Asian Art and Exhibitions: Connectivities and World-Making*, ANU Press, 2014, pp. 159–78.
- MCMANAMON, Sean P, "Japanese Woodblock Prints as a Lens and a Mirror for Modernity", *The History Teacher*, 49, 3, 2016, pp. 443–64.
- MICHIHATA, Fumi, NAKABASAMI, Chieko, "Acculturation and Rediscovery in Japanese Food Culture" in Maria Roberta Novielli, Bonaventura Ruperti e Silvia Vesco (a cura di) *Italy-Japan. Dialogues on Food*, Venezia, Fondazione Università Ca' Foscari, 2021.
- MIHARA, Shigeyoshi, "Ukiyoe. Some Aspects of Japanese Classical Picture Prints", *Monumenta Nipponica*, 6, 1/2, 1943, pp. 245–61.
- MOBLARD MEIER, Anna, "Beneath the Printed Pattern: Display and Disguise in Ukiyo-e Bijinga", *Books, pamphlets, catalogues, and scrapbooks*, 25, 2013, pp. 1–20

- MURDOCH, Jonathan, MIELE, Mara, “A New Aesthetic of Food?: Relational Reflexivity in the ‘Alternative’ Food Movement”, in Mark Harvey, Andrew McMeekin, Alan Warde (a cura di), *Qualities of Food*, Manchester University Press, 2004, pp. 156–75.
- NAGATA, Mary Louise, “Brotherhoods and Stock Societies: Guilds in Pre-Modern Japan”, *International Review of Social History*, 53, 2008, pp. 121–42.
- NOGUCHI, Paul H., “Savor Slowly: Ekiben: The Fast Food of High-Speed Japan”, *Ethnology*, 33, 4, 1994, pp. 317–30.
- NOREN, D. L., “The Economics of the Golden Arches: A Case Study of the McDonald’s System”, *The American Economist*, 34, 2, 1990, pp. 60–64.
- OH, Minjoo, “Fast Food Frontiers: I’ve Got a Feeling We’re Not in Kansas Anymore”, *Studies in Popular Culture*, 31, 2, 2009, pp. 1–21.
- OHKI, Sadako, HALIBURTON, Adam, *Private World of Surimono: Japanese Prints From the Virginia Shawan Drostsen and Patrick Kenadjian Collection*, New Haven, Yale University Press, 2020.
- OHNUKI-TIERNEY, Emiko, “Rice as self: Japanese identities through time”, *Education About Asia*, 9, 3, 2004, pp. 4–9.
- OHNUKI-TIERNEY, Emiko, “Structure, Event and Historical Metaphor: Rice and Identities in Japanese History”, *The Journal of the Royal Anthropological Institute*, 1, 2, 1995, pp. 227–53.
- PARASECOLI, Fabio, “Food, Identity, and Cultural Reproduction in Immigrant Communities”, *Social Research*, 81, 2, 2014, pp. 415–39.
- PARKER, Deborah, “New Perspectives on Japanese Prints: ‘The Moon Has No Home’: Japanese Color Woodblock Prints from the Collection of the University of Virginia Art Museum”, *The Virginia Quarterly Review*, 80, 2, 2004, pp. 195–206.
- POLLACK, David, “The Cultural Environment of Edo Shunga”, *Impressions*, 31, 2010, pp. 72–87.
- POLLARD, Clare, HANAOKA, Kiyoko, *Plum Blossom and Green Willow: Japanese Surimono Poetry Prints From the Ashmolean Museum*. Ashmolean Museum, University of Oxford, 2018.
- RATH, Eric C. “Historical Reflections on Culinary Globalization in East Asia”, *Gastronomica*, 17, 3, 2017, pp. 82–84.
- RATH, Eric C., “Reevaluating Rikyū: Kaiseki and the Origins of Japanese Cuisine”, *The Journal of Japanese Studies*, 39, 1, 2013, pp. 67–96.
- ROZMAN, Gilbert, “Edo’s Importance in the Changing Tokugawa Society”, *Journal of Japanese Studies*, 1, 1, 1974, pp. 91–112.

- RUPERTI, Bonaventura, “Food Culture and Traditional Performing Arts in Japan” in Maria Roberta Novielli, Bonaventura Ruperti e Silvia Vesco (a cura di) *Italy-Japan. Dialogues on Food*, Venezia, Fondazione Università Ca’ Foscari, 2021.
- SAITO, Yuriko, “Japanese Aesthetics of Packaging”, *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 57, 2, 1999, pp. 257–65.
- SAITO, Yuriko, “The Japanese Aesthetics of Imperfection and Insufficiency”, *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 55, 4, 1997, pp. 377–85.
- SAITO, Yuriko, “The Moral Dimension of Japanese Aesthetics”, *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 65, 1, 2007, pp. 85–97.
- SALENIUS, Sirpa “Constructing Identity: Nineteenth-Century American Commentaries on Italian Food”, *Italica*, 91, 4, 2014, pp. 615–24.
- SALTER, Rebecca, *Japanese Woodblock Printing*, London, A & C Black Publishers Ltd, 2002.
- SCROLAVEZZA, Paola, “Menus for the Soul, Changing Food Landscapes in Contemporary Japan” in Maria Roberta Novielli, Bonaventura Ruperti e Silvia Vesco (a cura di) *Italy-Japan. Dialogues on Food*, Venezia, Fondazione Università Ca’ Foscari, 2021.
- SHŪGŌ, Asano, CLARK, Timothy T., “An Overview of Surimono”, *Impressions*, 20, 1998, pp. 16–37.
- ST. MAURICE, Greg de., “Kyoto Cuisine Gone Global”, *Gastronomica*, 17, 3, 2017, pp. 36–48.
- TAKASHI, Katō, “Edo in the Seventeenth Century: Aspects of Urban Development in a Segregated Society”, *Urban History*, 27, 2, 2000, pp.189–210.
- TALERICO, Danielle, “Interpreting Sexual Imagery in Japanese Prints: A Fresh Approach to Hokusai’s ‘Diver and Two Octopi’”, *Impressions*, 23, 2001, pp. 24–41.
- THOMPSON, Sarah, “The World of Japanese Prints”, *Philadelphia Museum of Art Bulletin*, 82, 349/350, 1986, pp. 1–47.
- THOMSEN, Hans Bjarne, “The Other Hiroshige: Connoisseur of the Good Life,” *Impressions*, 24, 2002, pp. 48–71.
- TRAPHAGAN, John W., KEITH BROWN, L., “Fast Food and Intergenerational Commensality in Japan: New Styles and Old Patterns”, *Ethnology*, 41, 2, 2002, pp. 119–34.
- VAPORIS, Constantine N., “Digging for Edo. Archaeology and Japan’s Premodern Urban Past”, *Monumenta Nipponica*, 53, 1, 1998, pp. 73–104.
- VESCO, Silvia, *L'arte giapponese: Dalle origini all'età moderna*, Torino, Einaudi, 2021.
- YAMADA, Taka, “Shinto Symbols (Continued)”, *Contemporary Religions in Japan*, 7, 2, 1966, pp. 89–142.

Sitografia

"錦絵 | コレクション | アドミュージアム東京". アドミュージアム東京”,

https://www.admt.jp/collection/category/?category_id=2, 06-02-2023.

130年を超える「駅弁」の歴史。食生活の変化を受け、存在価値はどのように変化するか | 和樂 web

日本文化の入り口マガジン, “和樂 web 日本文化の入り口マガジン”,

<https://intojapanwaraku.com/travel/36379/>, 17-02-2023.

BULL, D., *Glossary of japanese printmaking terms*, “Woodblock.com - Opening Page”,

http://woodblock.com/encyclopedia/entries/010_01/010_01.html, 17-02-2023.

CHE COS'È IL SUMI-E ?, <https://www.sumi-e.it/it/introduzione/>, 02-02-2023.

File:A winding stream party.jpg - wikimedia commons, “Wikimedia Commons”

https://commons.wikimedia.org/wiki/File:A_Winding_Stream_Party.jpg?uselang=ja, 17-02-2023.

Fuji Arts Japanese Prints - Farewell Gift for the Horse Surimono by Hokusai (1760 - 1849), “Fuji Arts Japanese Prints - Japanese Woodblock Prints and Decorative Arts”,

<https://www.fujiarts.com/cgi-bin/item.pl?item=678822>, 06-02-2023.

List of Ukiyo-E Terms – Wikipedia, “Wikipedia, the free encyclopedia”, 18 gennaio 2009,

https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_ukiyo-e_terms, 02-02-2023.

MOCHIZUKI T., 望月崇史, コロナ禍でもがんばる全国の駅弁屋さん, “読売新聞オンライン”, 2021-12-

16, <https://www.yomiuri.co.jp/hobby/travel/ryokou-select/20211210-OYT8T50016/>, 17-02-2023.

New Year's Tradition: O-Toso Sake | JSS, “Japan Sake and Shochu Makers Association | JSS”,

<https://japansake.or.jp/sake/en/topic/quick-guides/new-years-tradition-otoso-sake/>, 05-02-2023.

Orange (Fruit), “Symbols.com”, [https://www.symbols.com/symbol/orange-\(fruit\)](https://www.symbols.com/symbol/orange-(fruit)), 06-02-2023.

Print; uki-e | british museum, “The British Museum”,

https://www.britishmuseum.org/collection/object/A_1910-0614-0-2, 17-02-2023.

UEDA, T., にっぽんの駅弁。 — 駅弁の魅力 クリエイティブディレクター 戸村 亜紀, “SHUN GATE: 日本の食文化を紹介”, 2015-04-27, https://shun-gate.com/power/power_17/, 17-02-2023.

Ukiyo-e, Come riconoscere e datare le stampe giapponesi,
<http://www.cultor.org/Orient/Ukiyo/Ukiyo-e.pdf>, 02-02-2023.

What is ekiben? Popular ekiben of each region in Japan, “Japan Wonder Travel Blog”, 2021-02-1,
<https://blog.japanwondertravel.com/japans-food-culture-ekiben-22512>, 17-02-2023.

Wikiwand - Winding stream party, Wikiwand,
https://www.wikiwand.com/en/Winding_stream_party, 17-02-2023.

Yumiko, "今が旬！鯛はなぜ縁起がよいといわれるの？(季節・暮らしの話題 2019年03月06日) - tenki.jp", tenki.jp, https://tenki.jp/suppl/y_kogen/2019/03/06/28900.html, 06-02-2023.
<https://traditionalkyoto.com/eat/persimmons/>, 06-02-2023.

ディスカバー・ジャパン - wikipedia, “Wikipedia”, 2006-01-22, <https://ja.wikipedia.org/wiki/ディスカバー・ジャパン>, 17-02-2023.

駅弁の意味とは？日本人にとって駅弁はただのお弁当ではなかった！ - live japan, “LIVE JAPAN”,
https://livejapan.com/ja/in-tokyo/in-pref-tokyo/in-tokyo_train_station/article-a0001711/, 17-02-2023.

駅弁の歴史について知ろう！日本初の駅弁や人気の駅弁はどんなもの？ | ごはん彩々 (全米版), “ごはん彩々 | 全国米穀販売事業共済協同組合”,
<https://www.gohansaisai.com/fun/entry/detail.html?i=773> 17-02-2023.

回転寿司の歴史 | 元祖廻る元禄寿司 ホームページ, “元祖廻る元禄寿司 ホームページ”,
<http://www.mawaru-genrokuzusi.co.jp/history/>, 17-02-2023

今様七小町/ 草紙洗の見立/ *imayō nana komachi/ sōshiarai no mitate/ raffigurazi*, Catalogo Generale dei Beni Culturali,
<https://catalogo.beniculturali.it/detail/HistoricOrArtisticProperty/0500689421>, 17-02-2023.

小学館, 掛 (け) 合 (わ) せ (かけあわせ) の意味・使い方をわかりやすく解説, “goo 国語辞書”,
<https://dictionary.goo.ne.jp/word/掛合せ/#jn-39454>, 17-02-2023.

小学館, 空摺り (からずり) の意味・使い方をわかりやすく解説, “goo 国語辞書”,
<https://dictionary.goo.ne.jp/word/空摺り/>, 17-02-2023.

小学館, 摺り合 (わ) せ (すりあわせ) の意味・使い方をわかりやすく解説, “goo 国語辞書”,
<https://dictionary.goo.ne.jp/word/摺り合せ/#jn-120349>, 17-02-2023.

小学館, 入れ木 (いれぎ) の意味・使い方をわかりやすく解説, “goo 国語辞書”,
<https://dictionary.goo.ne.jp/word/入れ木/>, 17-02-2023.

小学館, 埋め木 (うめぎ) の意味・使い方をわかりやすく解説, “goo 国語辞書”,
<https://dictionary.goo.ne.jp/word/埋め木/#jn-20542>, 17-02-2023.

小学館, 木目込み／極め込み (きめこみ) の意味・使い方をわかりやすく解説, “goo 国語辞書”,
<https://dictionary.goo.ne.jp/word/木目込み/#jn-53983>, 17-02-2023.

小学館, 暈し (ぼかし) の意味・使い方をわかりやすく解説, “goo 国語辞書”,
<https://dictionary.goo.ne.jp/word/暈し/#jn-203252>, 17-02-2023.

世界における、お酒の歴史, “アルコール健康医学協会”, <https://arukenkyo.or.jp/culture/index.html>,
17-02-2023.

日本の懐石料理とはどんな料理? 会席料理や割烹との違いや料理の順番などを紹介! | じゃらんニュース, “じゃらんニュース”, <https://www.jalan.net/news/article/662297/>, 17-02-2023.

板ぼかし, “版画ネット”, <https://www.hanganet.jp/yougo/glossary/itabakashi.html>,

幕の内弁当の「幕の内」とは?, “和雑貨ギフトや伝統工芸品のオンライン通販ショップ「壺ポイント」”, <https://ichi-point.jp/makunouchi/>, 17-02-2023.

Indice delle immagini

Figura 1 a- Aka Fuji; b- Pink Fuji.....	10
Figura 2 Ritratto di Émile Zola, olio su tela, Édouard Manet, 1868, museo d'Orsay, Parigi, dettaglio.	11
Figura 3 Ritratto di Émile Zola, olio su tela, Édouard Manet, 1868, museo d'Orsay, Parigi.....	11
Figura 4 Ikegami (Tonan hakkei no uchi, 都南八景之内 池上), Takahashi Hiroaki (Shôtei) (1871–1945), a cura di Watanabe Shōzaburō, 1922 (Taishō 11), January, in dono da Louis Aaron Lebowich nel 1950, MFA, Boston.....	14
Figura 5 Dimensioni delle stampe	16
Figura 6 Sake per la Festa delle Bambole (ひな祭りの白酒, Hinamatsuri no shirozake), Kubo Shunman, (1757-1820), 1815, nishikie surimono, 16.1 x 32.2 cm., Library of Congress Prints and Photographs Division Washington, D.C.....	23
Figura 7 Sake per la Festa delle Bambole(ひな祭りの白酒, <i>Hinamatsuri no shirozake</i>), Kubo Shunman, (1757-1820), 1815, nishikie surimono, 16.1 x 32.2 cm., Library of Congress Prints and Photographs Division Washington, D.C., dettaglio 1.....	24
Figura 8 Sake per la Festa delle Bambole(ひな祭りの白酒, Hinamatsuri no shirozake), Kubo Shunman, (1757-1820), 1815, nishikie surimono, 16.1 x 32.2 cm., Library of Congress Prints and Photographs Division Washington, D.C., dettaglio 2.....	24
Figura 9 Vecchio pescatore con un salmone nel cesto, Kubo Shunman, (1757-1820), nishikie surimono, 19.4 x 13.2 cm., H. O. Havemeyer Collection, donazione di H. O. Havemeyer, 1929, MET Collection API, New York, NY	25
Figura 10 Tuffatrice e bambini con frammenti di testo "Kyō wa ne no hi no ama naraba kami matsu o oda ni hikamashi mono o..." 『今日は子の日か海女ならば海松をだに引かましものを』, della serie Shōfudai Hisakataya Bunbunsha Tosa nikki 「松風台 久型屋 文々舎 土佐日記」, diario del viaggio a Tosa per Shōfudai, Hisakataya e Bunbunsha , Kubo Shunman, (1757-1820), 1815 circa, nishikie surimono, 20.1 cm x W. 17.7 cm., Harvard Art Museums/Arthur M. Sackler Museum, donato da Friends of Arthur B. Duel.....	27
Figura 11 Donna che intrattiene un cliente con dal liquore, Kubo Shunman, (1757-1820), nishikie surimono, 21.1 x 14 cm., H. O. Havemeyer Collection, donazione di H. O. Havemeyer, 1929, Met Collection API, New York, NY	29
Figura 12 Donna che intrattiene un cliente con del liquore, sake alle erbe, otoso お屠蘇, dettaglio.	30
Figura 13 Donna che intrattiene un cliente con del liquore, pino e agrifoglio, dettaglio.	30
Figura 14 Sushi e sake, 寿司と酒, Ryūryūkyo Shinsai 柳々居辰斎 (1799–1823), 1810 circa, nishikie surimono, 13.3 x 18.4 cm., H. O. Havemeyer Collection, donazione di H. O. Havemeyer, 1929, Met Collection API, New York, NY.....	31
Figura 15 Alimenti a base di alghe e utensili da cucina, Kubo Shunman, (1757-1820), nishikie surimono, 21.3 x 18.4 cm., H. O. Havemeyer Collection, donazione di H. O. Havemeyer, 1929, Met Collection API, New York, NY.	32
Figura 16 Caco su un vassoio, kaki 柿, , Kubo Shunman, (1757-1820), nishikie surimono, 20.3 x 17.9 cm., H. O. Havemeyer Collection, donazione di H. O. Havemeyer, 1929, Met Collection API, New York, NY.	32
Figura 17 Arance e hoshigaki, mikan to hoshigaki 蜜柑と干し柿, Kubo Shunman, (1757-1820), nishikie surimono, 20.3 x 17.9 cm., H. O. Havemeyer Collection, donazione di H. O. Havemeyer, 1929, Met Collection API, New York, NY.....	32

Figura 18 Cibo a base di alghe, kombumaki 昆布巻き, Kubo Shunman, (1757-1820), nishikie surimono, 21.3 x 18.4 cm., H. O. Havemeyer Collection, donazione di H. O. Havemeyer, 1929, Met Collection API, New York, NY.	33
Figura 19 Cibo a base di alghe, kombumaki 昆布巻き, Kubo Shunman, (1757-1820), nishikie surimono, 21.3 x 18.4 cm., H. O. Havemeyer Collection, donazione di H. O. Havemeyer, 1929, Met Collection API, New York, NY. Dettaglio ciotola di mozuku.	33
Figura 20 Orata e molluschi, tai to nishikiuzugai 鯛と錦渦貝, Kubo Shunman, (1757-1820), nishikie surimono, 20.3 x 17.9 cm., H. O. Havemeyer Collection, donazione di H. O. Havemeyer, 1929, Met Collection API, New York, NY.	34
Figura 21 Orata e molluschi, tai to nishikiuzugai 鯛と錦渦貝, dettaglio 1.	34
Figura 22 Orata e molluschi, tai to nishikiuzugai 鯛と錦渦貝, dettaglio 2.	34
Figura 23 Regalo di commiato del Cavallo dalla serie 'Selezione di Cavalli', uma no senbetsu, "uma zukushi" 馬の餞別, 「馬尽くし」, Katsushika Hokusai (1760–1849), 1822, nishikie surimono, 20.5 x 18.2 cm., Clarence Buckingham Collection, Art Institute of Chicago, Illinois.	35
Figura 24 Regalo di commiato del Cavallo dalla serie 'Selezione di Cavalli', uma no senbetsu, "uma zukushi" 馬の餞別, 「馬尽くし」, dettaglio fibbia.	36
Figura 25 23 Regalo di commiato del Cavallo dalla serie 'Selezione di Cavalli', uma no senbetsu, "uma zukushi" 馬の餞別, 「馬尽くし」, dettaglio stuzzicadenti.	36
Figura 26 Topo che mangia dei cachi disidratati, nezumi 鼠, Teisai Hokuba (1771–1844), 1802, nishikie surimono, 19.4 x 13.2 cm., William Sturgis Bigelow Collection, donazione di William Sturgis Bigelow (1911) al Museum of Fine Arts Boston, Massachusetts.	37
Figura 28 Gelatina yōkan dal Funabashiya in Sagachō, dettaglio anatre mandarinate.	38
Figura 29 Gelatina yōkan dal Funabashiya in Sagachō, Fukagawa (Fukagawa Sagachō Funabashiya yōkan 深川佐賀丁舟ハシ屋羊かん), serie "Prodotti famosi di Edo", a cura di Kubo Shunman (Edo Meibutsu Shunman sei 江戸名物俊満制) su commissione del gruppo Gogawa, Hokutei Joren 北鼎如連, 1817, nishikie surimono con pigmenti metallici, 18.9 x 17 cm., Herbert H. Jennings Collection, Ashmolean Museum, Oxford.	38
Figura 27 Gelatina yōkan dal Funabashiya in Sagachō, dettaglio gruppo Gogawa.	38
Figura 307 dettaglio sigillo.	38
Figura 31 Gelatina yōkan dal Funabashiya in Sagachō, dettaglio noshi.	39
Figura 32 Festa del ruscello serpeggiante, kyokusui no en 曲水の宴, Kubo Shunman, (1757-1820), nishikie, trittico ōban verticale, 37.4 x 74 cm, John Ware Willard Fund, Museum of Fine Arts Boston, Massachusetts.	45
Figura 33 Festa del ruscello serpeggiante, kyokusui no en 曲水の宴, dettaglio hai 杯.	46
Figura 34 Festa del ruscello serpeggiante, kyokusui no en 曲水の宴, dettaglio donna.	46
Figura 35 Ama 「海女」, Kitagawa Utamaro (1753 (?)-1806), 1797/98, nishikie, trittico ōban verticale, 38.3 x 75.1 cm, Clarence Buckingham Collection, Art Institute of Chicago, Illinois.	47
Figura 36 Ama 「海女」, dettaglio capelli 1.	48
Figura 37 Ama 「海女」, dettaglio capelli 2.	48
Figura 38 Ama 「海女」, dettaglio capelli 3.	48

Figura 39 Personaggi di vari drammi interpretano mercanti e clienti dalla serie “Ricche strade Jōruri”, mizukashiyata “Jōruri-machi hanka no zu” 水菓子屋他「浄るり町繁栄の図」, Kubo Shunman (1757-1820), nishikie ōban verticale, 36.8 × 25.3 cm William Sturgis Bigelow Collection, Museum of Fine Arts Boston, Massachusetts.....	49
Figura 40 Mattino dopo una nevicata a Koishikawa, dalla serie “Trentasei vedute del Monte Fuji”, Koishikawa yuki no ashita, Fugaku sanjurokkei 礪川雪ノ旦「富嶽三十六景」, Katsushika Hokusai (1760–1849), 1822, nishikie surimono, 37.2 x 20 cm., donazione di Robert N Shaw, 1927, The British Museum, London.....	51
Figura 41 Topi che celebrano Daikoku nel giorno e ora del Topo, kinoene no nezumi 甲子の鼠, e Bue sensibile al cibo piccante, karashi-kiki no ushi からしききの牛, dalla serie dei “Dodici segni comici dello Zodiaco” Dōke jūnishi 「道化十二支」, a cura di Edoya Matsugorō, Utagawa Kuniyoshi (1797-1861), nishikie, ōban orizzontale o due chūban verticali, 35.5 x 23.9 cm, William Sturgis Bigelow Collection, Museum of Fine Arts Boston, Massachusetts.	52
Figura 42 Topi che celebrano Daikoku nel giorno e ora del Topo, dettaglio giorno e ora del Topo, kinoene no nezumi 甲子の鼠.....	53
Figura 43 Bue sensibile al cibo piccante, karashi-kiki no ushi からしききの牛, dettaglio hai 杯 rovesciato a terra.....	53
Figura 44 Ushijima, serata al Musashiya, Ushijima, Musashiya 牛嶋, 武蔵屋, dalla serie “Famosi ristoranti di Edo”, Edo kōmei kaitei zukushi 「江戸高名会亭尽」 a cura di Fujiokaya Hikotarō (Shōgendō), Utagawa Hiroshige I (1797–1858), 1838–40 (Tenpō 9–11), nishikie, ōban orizzontale, 23.2 x 35.5 cm, William S. and John T. Spaulding Collection, 1917, Museum of Fine Arts Boston, Massachusetts.....	54
Figura 45 La Komachi in viaggio, kayoi Komachi 通小町 dalla serie “Sette Komachi nel mondo effimero”, Ukiyo Nana Komachi 「浮世七小町」, Torii Kiyonaga 鳥居清長 (1752-1815), 1780, nishikie, chūban verticale, 25.6 × 18.7 cm, Clarence Buckingham Collection, Art Institute of Chicago,	59
Figura 46 Esempio della serie “Tessuti moderni di Edo” Tosei Edo kanoko 「當聖江戸鹿子」, Utagawa Kuniyoshi (1797–1861), 1834, nishikie, ōban verticale, 38.5 x 26.4 cm., donazione di American Friends of the British Museum, The British Museum, London.....	61
Figura 47 Esempio della serie “Tessuti moderni di Edo” Tosei Edo kanoko 「當聖江戸鹿子」, dettaglio dita.....	62
Figura 48 Esempio della serie “Tessuti moderni di Edo” Tosei Edo kanoko 「當聖江戸鹿子」, dettaglio neve.....	62
Figura 49 Esempio della serie “Tessuti moderni di Edo” Tosei Edo kanoko 「當聖江戸鹿子」, dettaglio snack.....	62
Figura 50 Sumirena dello Yojiya, Yojiya musume, Sumirena 本柳屋嬢, 董, dalla serie “Bellezze del mondo effimero paragonate a Fiori” ukiyo bijin hana ni yosu 浮世美人花寄, Suzuki Harunobu 鈴木春信 (1725 (?)-1770), 1768/69, nishikie, chūban verticale, 27.6 × 20.9 cm, Clarence Buckingham Collection, Art Institute of Chicago, Illinois.....	63
Figura 51 Peonia: Chozan dello Chojiya, Chojiya uchi Chozan, Kao 丁子屋うち樗山, 花王, dalla serie “Bellezze del mondo effimero paragonate a Fiori” ukiyo bijin hana ni yosu 浮世美人花寄, Suzuki Harunobu 鈴木春信 (1725 (?)-1770), 1768/69, nishikie, chūban verticale, 27.5 × 20.2 cm, Clarence Buckingham Collection, Art Institute of Chicago, Illinois.....	64

- Figura 52 Ciliegio a doppio petalo: Motoura del Minami Yamasakiya, Minami Yamasakiya uchi Motoura, Yaezakura 南山崎うち本浦, 八重桜, dalla serie "Bellezze del mondo effimero paragonate a Fiori" ukiyo bijin hana ni yosu 浮世美人花寄, Suzuki Harunobu 鈴木春信 (1725 (?)-1770), 1768/69, 29.3 x 21.3 cm., Clarence Buckingham Collection, Art Institute of Chicago, Illinois. 65
- Figura 53 Cibo,shoku 食,dalla serie"Bozzetti delle raffinate necessità" fūryū ishokujū ryakuzu 「風流衣食住略図」,Isoda Koryūsai 磯田 湖龍齋 (1735–1790),1770/72,nishikie, chūban verticale, 23.2 x 35.5 cm, William S. and John T. Spaulding Collection, 1919, Museum of Fine Arts Boston, Illinois..... 67
- Figura 54 Sala da tè Zōshigaya con vista del Fuji, Zōshigaya Fujimi chaya 雑司かや不二見茶や, della serie "Trentasei vedute del monte Fuji" Fuji sanjūrokkei 「富士三十六景」, a cura di Tsutaya Kichizō (Kōeidō), Utagawa Hiroshige I (1797–1858), 1858, ōban verticale, 23.2 x 35.5 cm, William S. and John T. Spaulding Collection, 1919, Museum of Fine Arts Boston, Massachusetts. 69
- Figura 55 Ichikawa Ebizo interpreta 'Yanone Goro', Yanone Goro Ichikawa Ebizo ai tsutome moshi soro 「矢の根五郎 市川海老蔵 相勤申候」 Okumura Masanobu 奥村政信 (1686-1764), 1745, ukie dipinto a mano, 43.8 x 65 cm., acquistata dalla Fine Art Society, 1910, The British Museum, London..... 71
- Figura 56 Ichikawa Ebizo interpreta 'Yanone Goro', dettaglio con persone che conversano..... 72
- Figura 57 Ichikawa Ebizo interpreta 'Yanone Goro', dettaglio con venditore ambulante. 72
- Figura 58 Ichikawa Ebizo interpreta 'Yanone Goro', dettaglio con collaboratori del teatro 1..... 72
- Figura 59 Ichikawa Ebizo interpreta 'Yanone Goro', dettaglio con titolo dell'opera in scena. 72
- Figura 60 Ichikawa Ebizo interpreta 'Yanone Goro', dettaglio con collaboratori del teatro 2..... 72
- Figura 61 Stazione di Shinagawa: sala da tè Samegafuchi, Shinagawa, Samegafuchi no chaya 鮫洲之茶屋, della serie "Cinquantatré stazioni del Tōkaidō, seconda stazione" Tōkaidō ni Gojūsan tsugi 「東海道二五十三次」, a cura di Maruya Seijirō (Marusei, Jukakudō) ,Utagawa Hiroshige I (1797–1858), 1847-52, ōban orizzontale, 25 x 37.4 cm, William S. and John T. Spaulding Collection, 1919, Museum of Fine Arts Boston, Massachusetts. 76
- Figura 62 Totsuka: bivio Motomachi, Totsuka, Motomachi betsudō 戸塚元町別道, della serie "Cinquantatré stazioni successive del Tōkaidō," Tōkaidō ni Gojūsan tsugi no uchi 「東海道五十三次之内」, a cura di Takenouchi Magohachi (Hoeidō) e Tsuruya Kiemon (Senkakudō), Utagawa Hiroshige I (1797–1858), 1833-34, ōban orizzontale, 24.7 x 35.7 cm, William S. and John T. Spaulding Collection, 1913, Museum of Fine Arts Boston, Massachusetts. 77
- Figura 63 Stazione di Hamamatsu, Hamamatsu はま松, della serie "Cinquantatré stazioni del Tōkaidō, trentesima stazione" Tōkaidō ni Gojūsan tsugi 「東海道三十五十三次」, a cura di Maruya Seijirō (Marusei, Jukakudō) ,Utagawa Hiroshige I (1797–1858), 1847-52, nishikie, ōban orizzontale, 24 x 35.6 cm., , William S. and John T. Spaulding Collection, 1912, Museum of Fine Arts Boston, Massachusetts. 78
- Figura 64 Yokkaichi: incrocio a Hiraga verso la strada per Ise, Yokkaichi, Hiraga-mura oiwake, Sangūdō 四日市日永村追分参宮道, della serie "Cinquantatré stazioni del Tōkaidō, quarantaquattresima stazione" Tōkaidō ni Gojūsan tsugi 「東海道四十四五十三次」, a cura di Maruya Seijirō (Marusei, Jukakudō) ,Utagawa Hiroshige I (1797–1858), 1847-52, nishikie, ōban orizzontale, 22.4 x 34.9 cm., , William S. and John T. Spaulding Collection, 1912, Museum of Fine Arts Boston, Massachusetts. 79
- Figura 65 Kuwana: fermata a Tomita, Kuwana, Tomita tachiba no zu 桑名富田立場の図, della serie "Cinquantatré stazioni del Tōkaidō, quarantaquattresima stazione" Tōkaidō ni Gojūsan tsugi 「東海道四十

四五十三次」, Utagawa Hiroshige I (1797–1858), 1832-47, nishikie, chūban orizzontale, 17 x 22.7 cm., Clarence Buckingham Collection, Art Institute of Chicago, Illinois.	80
Figura 66 Divertimenti al Gotenyama, Gotenyama yūkyō 御殿山遊興, della serie “Località famose di Edo” Kōto meisho 「江都名所」, a cura di Sanoya Kihei (Kikakudō) ,Utagawa Hiroshige I (1797–1858), 1832-34, nishikie, ōban orizzontale, 25.5 x 36.5 cm, William S. and John T. Spaulding Collection, 1911, Museum of Fine Arts Boston, Massachusetts.....	82
Figura 67 Mercato del pesce del Nihonbashi, Nihonbashi uoichi 日本橋魚市, della serie “Località famose della capitale orientale” Tōto meisho 「東都名所」, Utagawa Hiroshige I (1797–1858), 1839-42, nishikie, ōban orizzontale, 22.3 x 34.4 cm., donate da Denman Waldo Ross, Denman Waldo Ross Collection, 1911, Museum of Fine Arts Boston, Massachusetts.	84
Figura 68 Nevicata a Bikunibashi, Bikunibashi setchū びくにはし雪中, della serie “Cento famose viste della capitale” Meisho Edo hyakkei 「名所江戸百景」, a cura di Uoya Eikichi , Utagawa Hiroshige I (1797–1858), 1858, nishikie, ōban verticale, 35.5 x 24.3 cm., William S. and John T. Spaulding Collection, 1921, Museum of Fine Arts Boston, Massachusetts	85
Figura 69 Nevicata a Bikunibashi, Bikunibashi setchū びくにはし雪中, dettaglio “yamakujira”.	86
Figura 70 Nevicata a Bikunibashi, Bikunibashi setchū びくにはし雪中, dettaglio con cani.	86
Figura 71 Banchetto allo Shikian di Nakasu, Nakasu no Shikian no shūen 中洲の四季庵の酒宴, a cura di Shūeidō , Kubo Shunman (Japanese, 1757–1820), 1787-88, nishikie, dittico, ōban verticali, 38.8 x 50.8 cm., William Sturgis Bigelow Collection, 1911, Museum of Fine Arts Boston, Massachusetts.	87
Figura 72 Banchetto allo Shikian di Nakasu, Nakasu no Shikian no shūen 中洲の四季庵の酒宴, dettaglio cameriera.....	88
Figura 73 Banchetto allo Shikian di Nakasu, Nakasu no Shikian no shūen 中洲の四季庵の酒宴, dettaglio con uomo con stuzzicadenti	88
Figura 74 Banchetto allo Shikian di Nakasu, Nakasu no Shikian no shūen 中洲の四季庵の酒宴, dettaglio con sashimi.	88
Figura 75 Sashimi (foto da Trip Advisor),	93
Figura 76 Sashimi (rappresentazione)	93
Figura 77 Presentazione ‘naturale’ di due calamari	95
Figura 78 Esempio di bentō personalizzato.....	98
Figura 79 Scatola di caramelle.....	101
Figura 80 Otoshidama, お年玉.....	101
Figura 81 kaiseki ryouri 懐石料理 ①.....	107
Figura 82 kaiseki ryouri 懐石料理 ②.....	107
Figura 83 和食の日①.....	112
Figura 84 和食の日②.....	113
Figura 85 回転寿司	125
Figura 86 幕の内弁当	129
Figura 87 Guida sugli ekiben dell’Aprile 2022	133
Figura 88 静岡, 鯛めし Shizuoka, tai meshi	135
Figura 90 Serie di ekiben presentati all’evento su gli ekiben nel Gennaio 2022.....	137

Bibliografia immagini

2. KORENBERG, Capucine F., PEREIRA-PARDO, Lucia, MCELHINNEY, Peter J., DYER, Joanne, "Developing a Systematic Approach to Determine the Sequence of Impressions of Japanese Woodblock Prints: The Case of Hokusai's 'Red Fuji'", *Heritage Science*, 7, 1, 2019, p. 2.
3. <https://www.arateacultura.com/zola-manet/>
4. <https://collections.mfa.org/objects/254979/ikegami-from-the-series-eight-views-of-the-south-of-the-cap>
5. <https://woodblock-print.eu/it/faq/dimensioni-delle-stampe.html>
6. <https://www.loc.gov/pictures/collection/jpd/item/2009615592/>
7. <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/60025148>
8. <https://harvardartmuseums.org/art/208154>
9. <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/60026263>
10. <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/60025597>
11. <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/60025191>
12. <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/60025870>
13. <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/60026117>
14. <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/60025192>
15. <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/60026059>
16. <https://www.artic.edu/artworks/86732/farewell-gift-for-the-horse-uma-no-senbetsu-from-the-series-a-selection-of-horses-uma-zukushi>
17. <https://collections.mfa.org/objects/215632>
18. POLLARD, Clare, HANAOKA, Kiyoko, *Plum Blossom and Green Willow: Japanese Surimono Poetry Prints From the Ashmolean Museum*. Ashmolean Museum, University of Oxford, 2018, p. 123.
19. <https://collections.mfa.org/objects/252090/a-winding-stream-party-kyokusui-no-en?ctx=2df037a1-3c17-4220-99ca-579061917eb6&idx=0>
20. <https://www.artic.edu/artworks/44659/abalone-divers>
21. <https://collections.mfa.org/objects/464928>
22. https://www.britishmuseum.org/collection/object/A_1927-0613-0-13
23. <https://collections.mfa.org/objects/207244>
24. <https://collections.mfa.org/objects/237045>
25. <https://www.artic.edu/artworks/8923/visiting-kayoi-from-the-series-floating-world-versions-of-the-seven-komachi-ukiyo-nana-komachi>
26. https://www.britishmuseum.org/collection/object/A_2008-3037-09101
27. <https://www.artic.edu/artworks/21020/sumirena-the-mistress-of-yojiya-yojiya-musume-sumirena-from-the-series-beauties-of-the-floating-world-compared-to-flowers-ukiyo-bijin-hana-ni-yosu>
28. <https://www.artic.edu/artworks/20997/tree-peony-chozan-of-chojiya-chojiya-uchi-chozan-kao-from-the-series-parodies-of-floating-world-beauties-as-flowers-ukiyo-bijin-hana-mitate>
29. <https://www.artic.edu/artworks/20994/double-flowered-cherry-motoura-of-the-minami-yamasakiya-minami-yamasakiya-uchi-motoura-yaesakura-from-the-series-beauties-of-the-floating-world-compared-to-flowers-ukiyo-bijin-hana-ni-yosu>
30. <https://collections.mfa.org/objects/235898>

31. <https://collections.mfa.org/objects/464536>
32. https://www.britishmuseum.org/collection/object/A_1910-0614-0-2
33. <https://collections.mfa.org/objects/232777>
34. <https://collections.mfa.org/objects/232684>
35. <https://collections.mfa.org/objects/232807>
36. <https://collections.mfa.org/objects/232822>
37. <https://www.artic.edu/artworks/4410/kuwana-the-post-station-at-tomita-kuwana-tomita-tachiba-no-zu-from-the-series-fifty-three-stations-of-the-tokaido-tokaido-gojusan-tsugi-also-known-as-the-tokaido-with-poem-kyoka-iri-tokaido>
38. <https://collections.mfa.org/objects/464582>
39. <https://collections.mfa.org/objects/201982>
40. <https://collections.mfa.org/objects/238064>
41. <https://collections.mfa.org/objects/497761/a-party-at-the-shikian-restaurant-in-nakasu?ctx=23b3a8aa-f054-453e-ae2c-4dd082c18b74&idx=68>
42. https://www.tripadvisor.ru/LocationPhotoDirectLink-g294217-d11434275-i303117396-Toretore_Hamayaki-Hong_Kong.html
43. <https://eats.jp/detail/100389>
44. <https://cookpad.com/recipe/4405613>
45. <http://www.iwaiseika.com/exsamples/index.html>
46. <https://www.lettuceclub.net/news/article/1064346/>
47. <https://www.jalan.net/news/article/662297/>
48. <https://washokujapan.jp/info/info-20150911-3/>
49. <https://toyokeizai.net/articles/-/48121>
50. <https://koromoyoshi.com/blog/makunouchibentou-origin/>
51. <https://maidonanews.jp/article/12207057?p=15420760>
52. <https://hiroshima.keizai.biz/headline/3727/>
53. <https://tetsudo-ch.com/12032682.html>

Lista dei termini

abunae 危な絵, ‘immagini pericolose’

ama 海女, tuffatrici

aratame 改, sigillo

ayu sushi, sushi con trota di fiume fresca

baren 馬連, strumento per pressare il foglio della stampa sulla matrice

beni 紅 rosso, dal fiore di cartamo

benizurie 紅摺絵, stampe con i colori rosa/rosso e verde.

bentō, pranzo al sacco

bijin 美人, bellezze

bijinga 美人画, ‘ritratti di bellezze’

bokashi 暈し, dissolvenza graduale del colore

chakai 茶会, cerimonie del tè

chinmi 珍味 leccornie del mare e della montagna

chōnin 町人, classe mercante cittadina della capitale.

chū 中, il grado medio

dashi 出し, un brodo a base di *konbu* e *katsuobushi*

denbu 田麩, pesce finemente tagliato e aromatizzato

doburoku 濁酒, liquore non raffinato

ebi no sushi 海老の寿司, sushi ai gamberi

egoyomi 絵曆, stampe calendario

ekiben 駅弁, comprati in stazione o dai venditori sui binari sono solo alcune delle possibilità per mangiare un rapido spuntino. Questi cibi da mangiare in piedi, d’asporto o preconfezionati hanno fornito semplici pasti e snack per i giapponesi.

urusato 故郷, antico villaggio o luogo nativo

gaishokuken 外食券, un coupon per mangiare fuori casa

giri 義理, senso dell'onore

gohan ご飯, indica allo stesso tempo 'riso cotto' e 'pasto'

Gokaidō 五街道, le cinque strade principali da Edo

hachisakana 鉢肴, sono i cosiddetti contorni per il riso. Esempi tipici sono le verdure in salamoia.

hai 杯, tazzine di *sake*,

haikai 俳諧, tipo di poesia

hanami bentō 花見弁当, da gustare in periodo di *hanami*

hanami 花見, i cittadini si incontrano per ammirare la fioritura, portando cibo, bevande e liquori. Molti ne approfittano anche per divertirsi cantando e ballando.

hashiarai 箸洗い, pulitura delle bacchette

hashioki 箸置き, poggia bacchette

hashiri 走り, 'prime verdure della stagione', le verdure che indicano l'abbondanza di quel prodotto nella stagione a venire;

hassun 八寸, letteralmente, otto parti

hazukehachi 預け鉢 ciotola per raccogliere gli scarti

hikitsuke 引きつけ

hitokuchi 一口, da mangiare in un boccone

hitorizake 独り酒, bere da soli

honzen 本膳料理, forma particolarmente rituale di servire il cibo, in cui le pietanze prestabilite sono accuratamente disposte e servite su vassoi con gambe

horishi 彫師, intagliatore

hoshigaki 干し柿, cachi disidratati

hōsho 奉書紙, foglio di carta

ikameshi 烏賊飯 (riso e calamari)

ireki 入れ木, aggiunta di pezzi di legno

itabokashi 板ぼかし, incisione in obliquo con una lama piatta delle superfici colorate, in modo che i colori non si uniformino sulla carta, esprimendo così una gradazione di colore

jōruri 浄瑠璃, teatro delle marionette

jō 上 grado superiore

jūbako 重箱 contenitori da sovrapporre.

kagami mochi 鏡餅, mochi di Capodanno

kaiseki (懷石料理, tipo di cucina tipica

kaiseki 会席料理, tipo di cucina tipica

kaitenzushi 回転寿司, ristorante fast food che serve sushi su un nastro trasportatore

akeawase 掛け合わせ, sovrapposizione di due o più colori

kaomise 顔見せ “esibizione del volto”, era il più animato e serviva a mostrare, letteralmente, quali attori si sarebbero esibiti in quel teatro durante l'anno a venire.

karazuri 空摺, *gaufirage*

karazuri 空摺り, espressione dei pattern tramite intaglio

kashi 菓子, dolci freschi

kashiya 菓子屋, negozio di dolci

katsuobushi 鰹節, pezzetti di sgombro essiccato

kebori 毛彫り intaglio dei capelli,

ken 拳, antica versione del gioco sasso-carta-forbici

kentō 見当, margini della matrice

kentōnaoshi 見当直し, aggiustamento dei margini

kimedashi きめ出し, tecnica per la colorazione

kimekomi 木目込み, metodo di correzione

kinchakuya 巾着屋, negozio di borse

kiseru 煙管, pipa

kishaben 汽車弁, pranzi del treno a vapore

kiwame 極, sigillo

kō no mono 香の物, verdure in salamoia.

koicha 濃茶, tè denso e consistente a base di *matcha* aggiunto in grande quantità.

kōji 麴 – ingrediente per preparare il sake

kuro pan 黒パン, pane di segale,

kyōka 狂歌, letteralmente ‘versi folli’

kyokusui no en 曲水の宴, festa del ruscello serpeggiante

makunouchi bentō 幕の内弁当, *bentō* da mangiare nelle pause teatrali

manju 饅頭 raviolo con ripieno dolce, ne esistono diverse versioni

meibutsu ekiben 名物駅弁, ekiben con le specialità locali

meibutsu 名物, propri prodotti speciali unici,

meisho annai 名所案内, guide di famose località

meisho 名所, famose località

menbori 面彫り, intaglio delle superfici

miegakure 見え隠れ, letteralmente ‘visto e nascosto’), il vedo-non vedo

minogami 美濃紙, foglio di carta

mirin 味醂, vino di riso dolce usato in cucina

mitate 見立て, tecnica parodica

mizuage 水揚げ, iniziazione sessuale

mizunoe inu [no] toshi 壬戌とし, anno del cane (1802)

mizushō 水性, lascivo

mizushōbai 水商売, mercato dell’acqua, eufemismo per prostituzione

mozuku もずく, alga tipica di Okinawa

mudabori 無駄堀, rimozione dell’eccesso

mukozuke 向付, disposizione del piatto, che significa "dall'altra parte" delle ciotole di riso e zuppa.

nagori 名残, implica la fine del raccolto, quei prodotti che annunciano la fine e l'inizio di una stagione

nami 並, standard

nanushi 名主, sigillo

nattō 納豆, fagioli di soia fermentati

nihon furusato 日本故郷, antico villaggio giapponese

nikawa 膠, collante di origine animale

nimonowan 煮物椀, è una ciotola laccata in cui vengono serviti cibi bolliti e conditi

nishikie 東錦絵 (stampe broccato della capitale orientale).

noren 暖簾, i pezzi di tessuto appesi all'ingresso di molti negozi e ristoranti tradizionali,

noshi 熨斗, decorazione di carta

ooshibai 大芝居, grande teatro/sala per gli spettacoli

oshiki 折敷, vassoio di legno

otoshidama お年玉, regalo di Capodanno ai bambini (solitamente soldi)

reitō ekiben 冷凍駅弁, *ekiben* congelati

sajiki seki 棧敷席, posti speciali

sakari 盛り, indica cosa sia il migliore o il più maturo

sake otoso 屠蘇, *sake* aromatizzato alle erbe, da bere a Capodanno

sankin kōtai 参勤交代, letteralmente, presenza alternata, il governo chiamava i *daimyō* delle varie province nella capitale a rotazione

sansai 山菜, vegetali, radici e frutti selvatici delle montagne

sasamaki 笹巻き, riso avvolto in una foglia di bambù

sen 銭, moneta, un sen vale un centesimo di uno yen

sensu 扇子, ventagli pieghevoli

shamisen 三味線, strumento giapponese a tre corde

shamaji kaki-meshi しゃもじかきめし riso e ostriche

shibai chaya 芝居茶屋, teahouse/restaurant,

shiiredoya 仕入れどや, mercanti professionisti della vendita all'ingrosso

shirozake 白酒, sake non raffinato

shizakana 強肴, pesce alla griglia.

soba 蕎麦, spaghetti grano saraceno

soto 外, *uchi* 内, il mondo esterno e il mondo interno

sui 粋, l'uomo alla moda che gira in città

sumi 墨, inchiostro

suō 蘇芳 (rosso scuro o giallo dal legno di pernambuco)

suriawase 摺り合わせ finitura manuale della superficie

surimono 刷り物, letteralmente, cosa stampata

sushi oribako 寿司折り箱, selezione di sushi

susugishiro すすぎ汁 letteralmente, zuppa del risciacquo

suzuri 硯, pietra dell'inchiostro

tai meshi, riso con orata

tai 鯛, orata, suona molto simile a 'medetai' (めでたい, propizio)

tan 丹, minio, bruno rossastro

tanka 短歌, poema breve, composto da cinque unità di 5-7-5-7-7 sillabe

tsū 通, l'intenditore uomo di mondo

ukiyoe 浮世絵, immagini del mondo effimero

umeboshi 梅干し, prugne secche agrodolci

umeki 埋め木 riempimento con pezzi di legno

umi no sachi, yama no sachi 海の幸, 山の幸, espressione popolare per indicare i frutti del mare e della montagna

urushi 漆, lacca nera

urushie 漆絵, dipinti con aggiunta di lacca *urushi*

wanmori 椀盛り, cibo bollito o stufato

washoku no hi 和食の日”, “Giorno del *washoku*”, al fine di stabilire un giorno dedicato a preparare e servire sano cibo giapponese (24/11)

washoku 和食 dieta tradizionale dei giapponesi, con particolare attenzione alla celebrazione del Capodanno

yaesakura 八重さくらかな, ciliegi a doppio petalo

yakimono 焼き物, cose grigliate

yakitori 焼き鳥, pezzi di pollo allo spiedo

yamatoe 大和絵, tipo di pittura

yōkan 羊羹, gelatina di fagioli dolci

yūki shokuhin 有機食品, i cosiddetti alimenti biologici: il biologico su cui non sono stati usati prodotti chimici da più di tre anni; il biologico di transizione, su cui non sono stati usati prodotti chimici in un periodo dai sei mesi ai tre anni; i prodotti con riduzione di pesticidi, con il 50% di utilizzo di pesticidi in meno sulla media; i prodotti senza fertilizzanti chimici e prodotti con uso ridotti di fertilizzanti, con il 50% di utilizzo in meno rispetto alla media

yutō 湯桶, riso abbrustolito e su cui viene versata acqua bollente e aggiunta una piccola quantità di sale, o in alternativa, viene messo in salamoia in acqua calda. Il

zoku 俗 e *ga* 雅, volgare e raffinato