

Furusato:
evoluzione di un mito e declinazioni contemporanee

Michela Cavaglià

Furusato is generally translated into English as “hometown” or “native place” and the term is tightly connected with the image of a quiet, idyllic, rural village nestled in the countryside. Because of the nostalgic, identity-related implications coming along with this term, the notion of *furusato* has long been argued in the academic discourse as a “landscape of nostalgia” or as an image of an “authentic but lost pre-modern Japan”. Many studies point out that this myth has been exploited as a symbolic vehicle of Japanese national identity and tradition in a wide range of cultural productions.

In this paper, a short overview on the evolution of the *furusato* myth and some contemporary cases (1995 to 2005) are presented. The purpose is to rethink the *furusato* as a dynamic, polychrome and historically determined ideology overcoming rigid categories such as “tradition” and “national identity”.

1. Da utopia agreste ad anima giapponese

Il *furusato* è divenuto progressivamente un luogo privo di una reale dimensione geografica: nella corsa alla modernizzazione il termine è passato dall'indicare il concreto luogo di provenienza di molti emigranti all'essere un luogo puramente emotivo immerso in una dimensione temporale passata verso cui sono diretti caldi sentimenti nostalgici (Morrison 2013). In altre parole nell'accezione acquisita nell'ultimo secolo, la città natale diviene *furusato* solo nel momento in cui ci si separa da essa, cioè quando si trasforma nell'amato luogo della propria infanzia o gioventù, da cui però si è ormai lontani e in cui probabilmente non si farà più ritorno. Il villaggio di provenienza è pertanto una realtà geograficamente evanescente, individuabile solo grazie a coordinate temporali/affettive come luogo del passato e dei propri affetti e la nostalgia per tale realtà ormai persa ha portato a idealizzare un luogo concreto e a trasformarlo in un'immagine da contrapporre alla situazione presente, un'antitesi all'oggi che vive nelle menti e nei ricordi (Morrison 2013). Il *furusato* in questo processo è stato elevato al rango di utopia agreste, cioè un buon-luogo e un non-luogo da contrapporre allo squallore, alla freddezza e alla disumanità della realtà urbana in cui i giovani provenienti dalle campagne si trovano a essere immersi in seguito alle migrazioni di massa avvenute da fine Ottocento.

Si assiste, quindi, alla creazione di un mito e al mutamento semantico di un termine che non identifica più tanto un concreto luogo natio quanto un luogo dei sentimenti; tuttavia è importante notare come in questa prima fase il mito sia legato e creato da persone che di fatto provenivano da aree rurali e che, per quanto avessero trasfigurato tali luoghi in nostalgiche idealizzazioni, avevano una conoscenza di queste zone come ambiente e non solo come immagine-paesaggio (Morrison 2013). Inoltre questa prima versione del mito presenta una duplice dimensione temporale: il *furusato* è in contemporanea il posto in cui si è nati (passato) e il luogo in cui si spera di ritornare dopo aver

conseguito l'agognato successo in città (futuro).¹ È soltanto in fasi successive che il mito perderà questa doppia dimensione a seguito della rottura del legame personale con il villaggio di provenienza e subirà ulteriori trasformazioni arrivando a rendere accessibile questo luogo dei sentimenti a tutti i giapponesi, proprio in quanto tali. Il ritorno a casa risultò, infatti, impossibile e questo portò alla nascita di successive generazioni cresciute in ambito urbano prive di un reale legame con il mondo rurale. La nostalgia per un concreto e specifico luogo natio cedette progressivamente il passo a idealizzazioni sempre più slegate da un reale referente, facendo così divenire il *furusato* un luogo emotivo da contrapporsi a Tōkyō -simbolo della modernità per eccellenza- e allo stesso tempo un luogo accessibile a tutti coloro che erano stati delusi da tale realtà, spaziando quindi dai contadini emigrati in cerca di successo ai membri dell'intelligenza amareggiati dal fallimento del Movimento per i diritti civili e la libertà (*Jiyū minken undō*) (Dodd 2005). Successivamente nel periodo Taishō (1912-1926), ma soprattutto all'inizio del periodo Shōwa (1926-1989), il proseguimento di questa tendenza insieme alla rottura dei legami personali e alla conoscenza sempre più mediata dei villaggi rurali portarono a caricare questi luoghi di implicazioni non solo emotive ma anche morali e culturali (Dodd 2005). Inoltre il clima di generale necessità di punti di riferimento identitari fece sì che un discorso originariamente marginale (ma dalla crescente significatività) venisse adottato e calato all'interno dei discorsi nazionalisti centrali dell'epoca, il cui scopo principale era quello di creare "un'autentica anima giapponese" che abitasse il "corpo" moderno e tecnologico plasmato invece sul modello occidentale (Gomarasca 2001).

Nel periodo postbellico, il *furusato*, dopo una breve parentesi di rinnovata marginalità, si evolse in un mito nazionale, propagato dal basso in tutto il sistema e che rappresentava i villaggi rurali come ultimi baluardi contro gli eccessi della modernità prestandosi così a essere catalizzatore di una nostalgia postmoderna nata da uno stato collettivo di forte estraniamento e smarrimento, dovuti ai rapidi cambiamenti che il Paese stava attraversando (Robertson 1988).

2. Progressiva erosione delle aree rurali

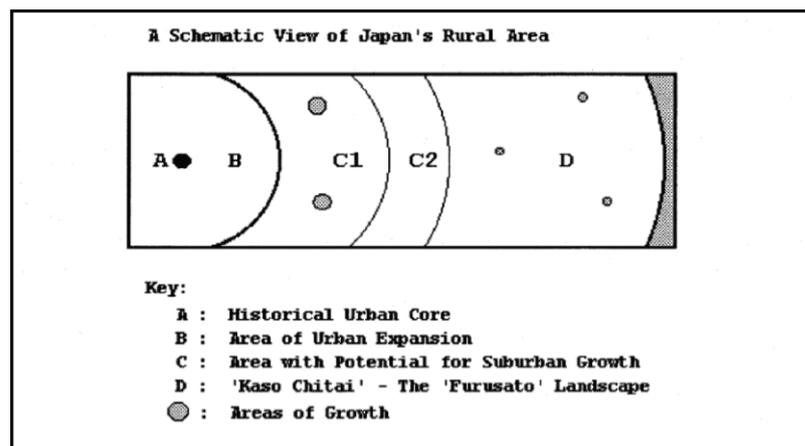
La nazionalizzazione del mito è strettamente connessa alla distruzione materiale delle aree rurali intensificatasi sin dagli anni del dopoguerra e, in particolare, negli anni Sessanta. J. Robertson suggerisce che la rapida urbanizzazione della campagna abbia portato i giapponesi a non avere più una "casa" cui far ritorno; non esistendo più un tale posto, è venuta meno anche la nostalgia indirizzata a una specifica realtà, cui si è sostituita una nostalgia per un'esperienza di nostalgia, che va a rafforzare l'immagine del *furusato*.

The cogency of *furusato*, as a sentimentally evoked topography, increases in proportion to the sense of homelessness experienced by Japanese individuals or groups. [...] Homelessness today is a postmodern condition of existential disaffection: nostalgia for the experience of nostalgia (Robertson 1988, 497).

¹ Questa duplice dimensione rimane manifesta in modi di dire come *kokyō ni nishiki wo kazaru* (ritornare a casa coronato dal successo).

Tuttavia è importante notare che, nonostante questo processo si sia verificato in maniera massiva negli anni Sessanta, la “demolizione della casa”, che ha portato a una sua trasfigurazione in immagine-paesaggio, è iniziata già a fine Ottocento. Secondo R. Irving (1997) la progressività con cui le aree rurali sono state urbanizzate e modernizzate renderebbe impossibile parlare di *furusato* come di un'unica realtà rurale, ma piuttosto bisognerebbe distinguere diverse zone rurali, il cui livello e velocità di cambiamento varia considerevolmente.

Figura 1, Diversificazione delle aree rurali. (Irving 1997, 30)



L'area A rappresenta il centro urbano storico, vale a dire la città formatasi intorno al castello di un signore feudale nel periodo Edo (1603-1868); si stima che all'epoca solo un quinto della popolazione vivesse nei centri urbani, mentre il resto della popolazione risiedeva nelle aree circostanti in villaggi composti da 30-40 gruppi familiari o in piccole città (Irving 1997). Con la corsa alla modernizzazione avviata dalla Restaurazione Meiji l'antico nucleo urbano iniziò a espandersi, furono costruite infrastrutture per collegare la città alle aree rurali limitrofe e furono messe in atto una serie di riforme per mobilitare i fondi e la manodopera necessaria allo sviluppo dell'industria.² L'area B corrisponde, quindi, alla zona rurale immediatamente circostante alla città-castello, i cui villaggi vennero inglobati dal nucleo urbano in espansione e fu caratterizzata da un'urbanizzazione alquanto veloce e non programmata. I contadini di quelle aree abbandonarono le attività agricole per dedicarsi ad attività cittadine più redditizie e affittarono o vendettero le proprietà terriere come terreni edificabili. In questa fase emigrarono dalle lontane periferie solo i contadini che rappresentavano manodopera in eccesso per le occupazioni agricole locali e in particolare i figli e le figlie minori che secondo il costume dell'epoca non avrebbero ereditato la proprietà (Irving 1997).

Alla fine della Guerra del Pacifico rimpatriarono circa otto milioni di giapponesi, che fecero prevalentemente ritorno ai loro villaggi di provenienza o si stanziarono comunque nelle campagne perché le città erano afflitte da penuria di generi alimentari e versavano in gravi condizioni a causa

² In particolare nel 1871 fu abrogato l'obbligo occupazionale vincolato alla classe di appartenenza e furono concesse la libertà di scegliere il proprio impiego e la libertà di movimento (Caroli and Gatti 2004); inoltre il nuovo sistema educativo stabilito nel 1872 promuoveva l'ideologia del *risshin shusse*, che vedeva la città come luogo in cui poter ottenere il miglioramento delle proprie condizioni e il successo personale (Morrison 2013).

dei bombardamenti. Tuttavia già dal 1955, come la ripresa economica fu in grado di generare posti di lavoro in città in seguito alla guerra di Corea che aveva portato le commesse militari statunitensi, riprese il deflusso delle risorse umane dalle zone rurali (Mock 2014). Il fenomeno proseguì e si intensificò negli anni Sessanta, arrivando a privare queste aree di un'intera generazione di giovani. Contrariamente a quanto era avvenuto in precedenza questo flusso migratorio vide protagonisti anche gli *atotsugi* (eredi), che vennero quindi meno al compito di ereditare la proprietà e virtualmente anche le responsabilità e la tradizione (Irving 1997). In questo periodo si inizia a parlare di problemi come *kamitsu* (sovrappopolazione) dei centri urbani e *kaso* (spopolamento) delle aree rurali, tuttavia il governo proseguì con la politica della crescita economica e del raddoppiamento del reddito nazionale senza prendere particolari provvedimenti a sostegno delle periferie.³

Solo successivamente negli anni Settanta il *furusato* fu messo al centro del dibattito politico, non tanto come realtà da proteggere ma come immagine di un sistema genuinamente giapponese da opporre ai mali che la modernità aveva portato. Diversi esponenti del Partito Liberaldemocratico adottarono questo tipo di approccio: per esempio nel 1973 il primo ministro dell'epoca, Tanaka Kakuei, pubblicò "*Nippon rettō kaizō ron*" ("Proposte per rimodellare l'arcipelago giapponese"), in cui proponeva la delocalizzazione delle industrie nelle aree rurali per creare possibilità di impiego locale e allo stesso tempo riqualificare l'ambiente cittadino:

For an increasing number of people, furusato is but a small apartment in the city. [...] The present state of affairs will make it difficult for the Japanese people to transmit their superior qualities and wisdom to the next generation (quoted in Robertson 1988, 505).

In realtà il programma non fu mai attuato perché la concomitante crisi petrolifera pose fine ai grandi programmi di spesa pubblica. Il governo per fermare lo spopolamento delle periferie potenziò le infrastrutture, trasformando il flusso migratorio in un flusso di pendolari; in riferimento alla figura 1 questo processo interessò l'area C₁. Secondo Irving, questa potrebbe essere considerata come la zona in cui il *furusato* è più vitale: i contadini, infatti, hanno la possibilità di continuare a svolgere l'attività agricola e, come da tradizione, in inverno dedicarsi a mansioni non agricole in città; inoltre nella stessa casa convivono spesso tre generazioni diverse, rendendo possibile la trasmissione diretta della tradizione alle nuove generazioni. Tuttavia dagli anni Ottanta l'area C₁, a causa dei bassi prezzi dei terreni, fu fortemente urbanizzata divenendo un'area residenziale in cui accanto ai villaggi storici, che aggiungevano valore paesaggistico, sorsero dal nulla nuove città. Proprio perché ormai in queste aree non prevale più l'attività agricola e gli abitanti provengono da contesti molto diversi⁴, esse hanno perso lo statuto di *furusato*, che è conferito solo alle zone più periferiche (area D e area C₂, che tuttavia presto potrebbe subire lo stesso destino dell'area C₁).

³ Come mostra W. Kelly, tali provvedimenti si limitarono alla meccanizzazione e razionalizzazione dell'agricoltura; lo stato si aspettava così di raggiungere un efficiente accorpamento delle piccole proprietà coltivate, ma nella realtà l'operazione portò a un modello di coltivazione su piccola scala operato da una singola persona per famiglia su base part time (Kelly 1986).

⁴ Irving fa notare come in queste aree risiedono al contempo gli abitanti locali, ma anche persone defluite dalle città sovrappollate e altre provenienti dall'area D e C₂, che trovano in queste aree soluzioni lavorative e abitative alla portata delle proprie possibilità economiche (Irving 1997); Ben-Ari sostiene che questa varietà di occupazioni e provenienze è un tratto specificamente urbano, come anche l'individualismo e la mancanza di senso di comunità che affliggono questi luoghi (Ben-Ari 1995).

Ciò che è percepito oggi come *furusato* si limiterebbe quindi alla sola area D, quella più remota e che ha subito scarsi cambiamenti paesaggistici, soggetta a spopolamento e che non presenta possibilità di pendolarità e di impieghi non agricoli.⁵ L'area C₂, infatti, nonostante non presenti ancora intensi fenomeni di urbanizzazione e abbia molti tratti in comune con l'area D, è, secondo Irving, potenzialmente a rischio qualora un miglioramento tecnologico dei trasporti permetta di connetterla ai maggiori centri urbani consentendo la pendolarità (Irving 1997). Per risollevare le sorti di queste aree rurali il governo ha incentivato la costruzione di *resort* di lusso, di impianti sciistici e di terme e promosso il mito del *furusato*, tentando di risolvere allo stesso tempo grazie al turismo i mali economici che affliggono queste zone e quelli sociali che affliggono le aree urbane. Tuttavia questa politica ha portato prosperità solo a determinati villaggi e, in assenza di un approccio sistematico, ha lasciato inalterata la situazione di degrado e spopolamento (Knight 1994). La situazione dagli anni Novanta in poi –cui verrà dedicata un'analisi nei paragrafi successivi– si è ulteriormente aggravata a seguito dell'indebolimento del mito del *furusato* e la sopravvivenza di questi villaggi è ormai legata per lo più all'iniziativa e all'inventiva locale.

3. Trasformazione in mito nazionale

Il lento e progressivo spopolamento della “casa dei giapponesi” ha certamente contribuito a creare il mito del *furusato* come paradiso agreste: i giovani venuti dalle campagne si trovarono, infatti, in città sporche e sovraffollate, non all'altezza dell'ideologia del successo personale promossa dal governo; tuttavia sono soprattutto i membri dell'intelligenza urbana e le generazioni nate e cresciute in città che permisero il passaggio nell'immaginario collettivo da utopia agreste ad autentico Giappone tradizionale, segnando l'evoluzione nell'attuale mito.

In ambiente urbano già nel periodo Heian (794-1185), prima che iniziasse la corsa alla modernizzazione, era maturata una concezione che opponeva città e campagna: *miyako* e *inaka*. La città-capitale, oltre a essere il centro politico ed economico del paese, era anche quello culturale, dove l'*élite* dominante aveva costruito i propri ideali estetici e viveva immersa in essi a tal punto che tutto ciò che la riguardava doveva rispondere a tali ideali. Tra questi troviamo il *miyabi* (raffinatezza, eleganza), che si presentava come manifestazione del modo di essere di questa colta ed educata *élite*. L'opposto di questo ideale era lo *hina* (rustico, rozzo) e se il *miyabi* trovava espressione nella vita della gente di città, esso doveva realizzarsi in un luogo che fosse il contrario del *miyako* e pertanto in un luogo non urbano, inelegante e incolto: *inaka*. Si può, tuttavia, notare come in ambito urbano si fossero sviluppate due immagini diverse della campagna: *hina no inaka*, una realtà rurale caratterizzata da lavoro pesante, fatica e sudore e *hina de wa nai inaka*, un'immagine agreste idealizzata tratteggiata in termini di rive erbose e ombrose fronde lungo il Sumidagawa. La differenza principale tra le due è la presenza fisica di persone reali nella prima, mentre nella seconda la comunità umana è soltanto una componente secondaria del paesaggio (Morrison 2013). Il primo tipo di *inaka* incarnava tutto ciò che l'*élite* dell'epoca non voleva e non poteva essere e fu quindi espulso ai

⁵ La lontananza geografica di queste aree compensa l'assenza di una reale lontananza temporale dato che sia il *furusato* sia i centri urbani esistono sinchronicamente (Creighton 1997).

limiti di ciò che era *miyako* e descritto in termini antitetici; il secondo tipo si cristallizzò nell'immaginario come uno spazio verde in cui evadere temporaneamente dalla monotonia quotidiana. La costante per entrambe le immagini è che la campagna non è mai una realtà indipendente, ma è una parte complementare che per contrapposizione acquista significato e a propria volta ne conferisce (Robertson 1988, Morrison 2013).

L'immigrazione di massa in città ebbe, dunque, l'importante ruolo di creare l'immagine di paradiso agreste, ma soprattutto fece sì che nel binomio città-campagna fosse la seconda a divenire il punto di riferimento dalla polarizzazione positiva, pur mantenendo il carattere complementare. Il *furusato*, ormai un luogo emotivo più che geografico, divenne così il posto in cui erano rintracciabili valori e ideali positivi e iniziò a sovrapporsi all'immagine di antica memoria urbana di *inaka* intesa come luogo non rustico di evasione. Inoltre più l'urbanizzazione rendeva la campagna un luogo remoto e non facilmente accessibile, più nell'immaginario degli abitanti di città veniva meno l'immagine denigratoria del mondo agreste (*hina no inaka*), trasformandosi invece in oggetto di curiosità e meraviglia. Fu nuovamente l'incontro con i gusti, le preferenze e il credo dell'*élite* urbana che rese possibile il passaggio da un'ingenua idealizzazione a un'immagine estetizzante dell'ambiente rurale carica di implicazioni identitarie e morali: questo *furusato* non solo contrapponeva una confortevole e accogliente natura/comunità a una realtà cittadina disumanizzante, ma era portatore di un sistema di valori positivi e si presentava come uno spazio interiorizzato di resistenza e di identificazione accessibile a chiunque non si riconoscesse nel mito della modernità tecnologica. Dal periodo Taishō (1912-1926) questi aspetti culturali e il relativo sistema di valori acquisirono una risonanza sempre maggiore fino ad arrivare a essere concepiti come puramente giapponesi, autoctoni e incontaminati. In questa maniera l'ambiente del paese natio divenne gradualmente il paesaggio archetipico nazionale (*genfūkei*), cioè il primo paesaggio incontrato, il cui ricordo risiede nei più profondi recessi della memoria; in questo caso il *furusato* sarebbe l'immagine più profondamente radicata nella psiche dei "giapponesi" e loro prerogativa esclusiva, che permette di far rivivere la propria essenza e le proprie radici dimenticate (Morrison 2013, Robertson 1988).

Questa decontestualizzazione, che aveva trasformato specifici luoghi di provenienza in immagini astratte e generali accessibili a qualsiasi giapponese in quanto tale, si intrecciò alla dialettica di nostalgia e razionalizzazione, due dinamiche culturali proprie della classe media urbana. Come fa notare W. Kelly, queste dinamiche, legandosi alla duplice visione cittadina del mondo agreste, sono fatte calare sulla realtà da un centro urbano e rappresentano la modalità con cui la società moderna può mantenere aperto un contatto con il proprio passato senza rinunciare agli agi della modernità. Le zone rurali e i villaggi poiché arretrati richiedono da parte della città un'opera di razionalizzazione e modernizzazione, ma quando i mali della modernità diventano intollerabili si innesca un processo nostalgico di idealizzazione che mira non tanto a preservare il passato quanto a restaurarlo. In quest'ottica le zone rurali ritenute detentrici di tradizione e valori autoctoni forniscono alla città l'ultima difesa contro gli eccessi della modernità e diventano luogo di ristoro ed evasione non solamente in senso materiale come in passato, ma soprattutto in senso spirituale. La nostalgia è, quindi, parte integrante della modernizzazione e non un ostacolo a essa, poiché insieme al processo di razionalizzazione permette di intessere un rapporto bilaterale tra società moderna e aree rurali, che in linea con l'antica opposizione *miyako-inaka* continuano a essere due realtà

complementari, due opposti polarizzati, mai indipendenti o separabili (Kelly 1986, Reader 1987). Di conseguenza il *furusato*, pur rappresentando un passato dorato genuinamente giapponese, svolge un ruolo del tutto moderno, cioè assicurare che da qualche parte la tradizione sopravvive ancora inalterata e sempre uguale a se stessa e che, per quanto la modernizzazione possa procedere, l'autentico spirito giapponese non andrà perso, ma anzi preserverà la nazione dai mali della modernità, che invece affliggono l'Occidente e che sono puramente occidentali. Già a inizio Novecento possiamo notare tale teorizzazione del ruolo moderno della tradizione nelle parole di Itō Hirobumi:

Homogeneous in race, language, religion and sentiments, so long secluded from the outside world, with the centuries-long traditions and inertia of the feudal system, in which family and quasi-family ties permeated and formed the essence of every social organization, [...] we had during the course of our seclusion unconsciously become a vast village community where cold intellect and calculation of public events were always restrained and even often hindered by warm emotions between man and man. [...] In industry, in spite of the recent enormous development of manufactures in our country, our laborers have not yet degenerated into spiritless machines and toiling beasts (Itō 1910, 128-129).

Come è facilmente intuibile, un *furusato* astratto e generale che rappresentava un “autentico Giappone premoderno” (e quindi pre-occidentale) si legò subito ai nascenti discorsi nazionalisti di fine Ottocento e inizio Novecento: infatti, dopo l'iniziale cieca ammirazione per l'Occidente, sorse la necessità di creare una propria identità nazionale diversa, positiva e soprattutto che escludesse i risvolti inferiorizzanti cui erano soggette le altre nazioni “orientali” all'epoca. Un processo di auto-orientalismo portò a identificare i (presunti) tratti unicamente giapponesi assenti in Occidente e si crearono due poli totalmente distinti (Cfr. Miyake 2014, Creighton 1997).

Figura 2, elenco di alcuni tratti caratterizzanti dei due poli (Reader 1987, 298)

city	country
modern	traditional
concrete	wood
lifeless	living
dehumanizing	humanizing
separation	union
disharmony	harmony
spiritual decline	spiritual revival
Western	Japanese

Come si può notare furono interiorizzati i paradigmi tipici dell'occidentalismo con un'inversione valutativa; la nuova identità nata da questo processo permise, dunque, l'affrancamento dall'invadente “maestro occidentale” e la costruzione di un moderno stato unitario. Come accennato precedentemente, il *furusato* in tale situazione rivestiva il ruolo di garante della continuità storica e dell'integrità dell'essenza giapponese, la quale non solo rimaneva inalterata ma forniva anche le basi per un processo di modernizzazione considerato qualitativamente superiore a quello occidentale. Pertanto in quest'ottica il Giappone agli occhi dei nazionalisti risultava essere la sintesi migliore dell'Oriente e dell'Occidente, in cui la modernità supportata da un “puro spirito giapponese” non aveva condotto ai tipici mali delle società industrializzate. Quest'ultimo risvolto permetteva al

Giappone di avere un'identità distinta non solo dall'Altro occidentale, ma anche dagli Altri orientali creando un sistema triadico articolato in "Occidente", "Oriente" e "Giappone", che alla luce di questa eccezionalità ne giustificava il ruolo guida in Asia e nel mondo e l'aggressiva politica imperialista (Miyake 2014).

Nel dopoguerra il mito dell'unicità giapponese perse i toni bellicosi e aggressivi per evolvere in una dimensione più culturale e pacifica, dando vita a un insieme di discorsi che prende il nome di *nihonjinron*. Queste teorie qualificano l'identità nazionale in termini di essenza unica, inimitabile e incomprensibile razionalmente, figurandosi come un inviolabile dominio puramente giapponese. L'unicità giapponese, secondo queste teorie, si manifesterebbe in ogni singolo aspetto della vita: nella lingua, nel modo di ragionare, che plasmato da essa è divenuto così unico, vago e irrazionale che mai nessuno straniero potrebbe riuscire a pensare in tale modo o a parlare come un giapponese, nella struttura sociale, nei rapporti interpersonali dove prevarrebbe una propensione naturale all'*amae*⁶ (amore passivo) arrivando a teorizzare l'unicità e l'omogeneità della razza giapponese alla luce di fattori storici e geografico-ambientali che avrebbero reso i giapponesi un'estensione della natura stessa. Il *nihonjinron* si presenta come un nazionalismo culturale pacifico ma decisamente più pervasivo rispetto ai suoi antenati prebellici proprio per questa sua capacità di interessare i più diversi ambiti -accademici e non- e di saper trarre linfa vitale da ogni aspetto culturale senza escludere quelli più bassi e popolari; è dunque un nazionalismo non calato da una forza coercitiva o propagandistica, ma che prende forma e si propaga dal basso diffondendosi in tutto il sistema grazie all'azione congiunta dei *media* e dei discorsi accademici euro-americani e giapponesi che all'insegna di orientalismo e auto-orientalismo si riflettono e fortificano a vicenda (Andō 2009).

Un campo accademico che si è legato strettamente sia al discorso nazionalista sia alle espressioni culturali popolari è quello degli studi folclorici (*minzokugaku*), il cui padre fondatore è Yanagita Kunio (1875-1962), che operò principalmente nella prima metà del Novecento, quando il progredire della modernizzazione e dell'industrializzazione e quindi più in generale dell'occidentalizzazione aveva portato a una rivalutazione della cultura popolare considerata per estensione come tradizione giapponese. Le espressioni culturali della gente comune (*jōmin*) erano ritenute non solo come "preziose sopravvivenze di qualcosa che il Paese stava perdendo" ma anche "il simbolo nostalgico di una tradizione autentica, delle sue origini più intime, di un'anima collettiva per il Giappone del XX secolo" (Miyake 2014, 19). Nell'immediato dopoguerra il Giappone incanalò tutte le proprie energie nella ricostruzione e nella ripresa economica, ritornando a una visione positiva dell'Occidente, che condusse a un momentaneo ripudio delle idee riguardanti l'unicità giapponese e a una visione negativa dell'arretrata tradizione (Miyake 2014; Andō 2009; Ishii 2007). Tuttavia già negli anni Sessanta e soprattutto in seguito negli anni Settanta gli studi folclorici tornarono a prosperare e grazie a studiosi come Gotō Sōichirō e Tsunazawa Mitsuaki la comunità di villaggio tornò a essere considerata come luogo in cui permangono l'autentico spirito tradizionale e l'essenza giapponese; si

⁶*Amae* presuppone un tipo di relazione all'insegna dell'interdipendenza e un desiderio di essere dipendenti da altri di cui ci si fida e da cui ci si sente protetti; all'interno del discorso sul *furusato* è stato suggerito che le relazioni comunitarie dei villaggi siano una naturale manifestazione di questa tendenza giapponese (Creighton 1997). Per quanto riguarda questa tematica si veda anche l'opera di Doi Takeo. 1973. *The Anatomy of Dependence*. Tōkyō: Kōdansha International. (1971. *Amae no kōzō*).

iniziò, inoltre, a teorizzare che solo facendo leva su queste peculiarità si sarebbero potuti curare i mali sociali che affliggevano il Giappone all'epoca (Ishii 2007).

4. Quadro interpretativo

Dato lo stretto legame che si è creato tra mito del *furusato*, nazionalismo e studi accademici, molti studiosi negli anni Ottanta, ma anche successivamente, hanno sviluppato delle interpretazioni che ne sottolineano la natura e il valore politico. In particolare J. Robertson fa notare come il termine ricorra in molteplici contesti e si leghi a produzioni culturali tra loro molto diverse, che tuttavia presentano un senso politico unificante. Tutto ciò che viene etichettato come *furusato* è infatti una sintesi di nativismo e nazionalismo, concezioni che mediate da uno sguardo nostalgico portano a identificare ciò che è propriamente giapponese e a rifiutare identità imposte dall'esterno, influenzando così il modo in cui è immaginata l'identità nazionale (Robertson 1988). Pertanto la pervasività di tale termine in numerosi *media* e campagne pubblicitarie sarebbe da ricondurre a un tentativo di sfruttare e allo stesso tempo di attirare il consenso su questa visione nativista/nazionalista. In questa prospettiva, il progetto di *furusato zukuri*⁷ promosso dagli anni Ottanta dal Partito Liberaldemocratico si dovrebbe interpretare come un processo politico che mira a nascondere la responsabilità umana (giapponese) nei cambiamenti sociali ed ecologici e a rafforzare un mito collettivo per poter affrontare i problemi portati dall'urbanizzazione; in tale ottica i mali sociali sono considerati come frutto di un'influenza esterna (occidentale) e la cura è effettuabile solo grazie a risorse autoctone (Robertson 1988; Reader 1987).⁸ A questo proposito E. Ben-Ari sottolinea come la costruzione di un *furusato* in un ambiente ampio e complesso come quello delle moderne società urbane sia possibile solo attraverso un'attenta e mirata azione portata avanti da associazioni, gruppi organizzati o comitati locali. Proprio per questa ragione il senso di appartenenza e di coinvolgimento che si viene a creare risulta artificiale e l'atteggiamento degli abitanti rimane ambivalente: essi, infatti, per quanto possano apprezzare queste attività per i benefici economici che portano alla città, pretendono che sia rispettata la loro "libertà di non partecipazione" e spesso ritengono che manifestazioni culturali tradizionali non si adattino ad ambientazioni moderne come ad esempio i festival dello sport (Ben-Ari 1995).⁹

Anche L.R. Morrison pone l'accento su come lo Stato mantenga vitale l'immagine del *furusato* grazie ai programmi scolastici e in particolare per mezzo degli *shōka* (canzoni scolastiche), che

⁷ Con *furusato zukuri* si intende un progetto pratico di *revival* di costumi e pratiche tradizionali in ambito urbano; a tale progetto, ad esempio, è da ricondursi l'invenzione di numerosi *matsuri* cittadini. L'obiettivo finale è quello di rivitalizzare gli ideali connessi a tali manifestazioni e di creare un senso di appartenenza a una comunità locale anche nelle più grandi città. Per approfondire la tematica del "matsuri boom" e del *furusato zukuri* si leggano Robertson, J. 1987. "A Dialectic of Native and Newcomer: The Kodaira Citizens' Festival in Suburban Tokyo". *Anthropological Quarterly* 60 (3): 124-136 e Ben-Ari, E. 1995. "Contested Identities and Models of Action in Japanese Discourse of Place-Making". *Anthropological Quarterly* 68 (4): 203-218.

⁸ In uno studio recente Miyagawa Masako suggerisce che l'unica soluzione per risolvere problemi sociali come il bullismo, la violenza scolastica o l'aumento degli *hikomori* e di casi di *gakkyūhōkai* sia un ritorno alla tradizione spirituale e morale giapponese (Andō and Miyagawa 2007).

⁹ Altri studi mostrano invece l'atteggiamento ambivalente di coloro che sono ritenuti detentori della tradizione: Kelly 1986; Creighton 1997.

veicolano immagini astratte e universali del paese natio e il cui fine sarebbe quello di insegnare ai giovani studenti che proprio in quanto giapponesi condividono un comune e identico patrimonio culturale (Morrison 2013).

L'altro principale filone analitico è quello che presenta il *furusato* come immagine commerciale e bene di consumo; questa lettura prevale dagli anni Novanta e tuttavia non esclude né sostituisce del tutto l'interpretazione in chiave politica, a cui può affiancarsi presupponendo la presenza nell'immaginario collettivo di un *furusato* quale luogo della tradizione che può essere sfruttato sia da una campagna pubblicitaria sia come *slogan* politico proprio per questo suo forte potere evocativo. Uno studio che si colloca in questa dimensione ibrida è quello di I. Reader: partendo dal presupposto che la società giapponese dell'epoca era in una fase di rapido cambiamento e pertanto fortemente propensa a indulgere a nostalgiche idealizzazioni del passato, si fa notare come la retorica del *furusato* si leghi a contesti ben poco tradizionali come gli spot dell'*instant rāmen*, in cui le tecniche di *marketing* mirano a occultare la modernità del prodotto mettendo invece in luce un presunto legame di continuità con la tradizione. In quest'ottica i *revival* della tradizione sia in ambito politico sia in ambito commerciale sono presentati come meccanismi di difesa da opporre alla pressante invadenza di elementi esterni e come mezzi tramite i quali è possibile creare identificazione e rendere accettabile la modernità (Reader 1987).

Un'interpretazione decisamente meno politica viene sviluppata da M. Creighton, che analogamente agli autori menzionati in precedenza considera il *furusato* come l'immagine di un autentico Giappone pre-occidentale dalle forti implicazioni identitarie, ma analizza come questa rappresentazione sia sfruttata dall'industria turistica facendo leva sulla crisi identitaria attraversata dal Paese e come al di là del discorso politico il *marketing* miri a soddisfare un naturale bisogno umano vendendo commerciali imitazioni di un "vero Giappone", le quali tuttavia proprio per l'inevitabile inautenticità che le caratterizza non portano mai a una piena soddisfazione (Creighton 1997). In particolare Creighton esamina il caso di due campagne pubblicitarie: "Discover Japan" degli anni Settanta e "Ekizochikku Japan" degli anni Ottanta. Mentre nella prima si faceva leva su un *furusato* tradizionale, la cui esplorazione doveva portare contemporaneamente alla riscoperta della propria identità (in quanto "giapponesi"), nella seconda è mostrato un *furusato* esotico, che riflette la situazione sociale dell'epoca in cui soprattutto le giovani generazioni erano così immerse in uno stile di vita internazionale da essere ormai lontane dal proprio *background* culturale (Creighton 1997; Ishii 2007; Ivy 2010); la tradizione soggetta a un processo di auto-esotismo risulta, dunque, essere un qualcosa di estraneo ma proprio per questo affascinante.

[...] the very international-ness of the life-style makes the traditional Japanese arts appear quite alien and exotic. We look at our tradition the way a foreigner does, and we are beginning to love it. [...] The fact that Japanese are seeing charm and depth in their tradition reveals how alien it has indeed become. If it were part of everyday life, we would not value it the same way – or even be aware that a certain style is traditional (Kurita 1983, 131-132).

La costante nella visione di Creighton, ma in generale in tutto il quadro interpretativo presentato, è che il *furusato* inteso come veicolo di identità tradizionale ed eventualmente anche nazionale, per quanto possa essere considerato autoctono o esotico, rimane sempre un universo del

tutto opposto e definito in antitesi con quello della quotidianità, che per la maggior parte dei giapponesi è una vita in città immersa nella modernità.¹⁰

Un quadro interpretativo che parta da tale presupposto presenta elementi di forte problematicità: vi è, infatti, il rischio di cadere in un approccio essenzialista e di inverare un mito o più miti riguardanti i giapponesi e il Giappone, senza tener conto che sia il mito del *furusato* sia tutti quelli che ricadono nell'ambito del *nihonjinron* sono già a propria volta filtri interpretativi che promuovono una visione discriminante della realtà. In particolare, soprattutto nelle interpretazioni in chiave politica, vi è la tendenza a presupporre un'effettiva omogeneità del popolo giapponese che si rifletterebbe nella (presunta) condivisione di un'identità nazionale unica e in grado di inglobare tutti i localismi annullandoli. Altrettanto problematico è il fatto che vengano contrapposte modernità e tradizione come categorie distinte senza che si sottolinei la natura moderna della tradizione,¹¹ l'evoluzione diacronica di ciò che è percepito come tradizionale/autentico/autoctono e quindi gli aspetti più ibridi ed eterogenei connessi alle varie epoche. Inoltre alla luce della crisi iniziata negli anni Novanta, che ha notevolmente mutato la situazione socioeconomica funzionando per alcuni aspetti similmente alle “navi nere” e alla bomba atomica come fattore di “pressione esterna” (*gaiatsu*), sembrerebbe essersi creata la necessità di un quadro analitico che vada oltre la classica associazione biunivoca di *furusato* e tradizione/identità nazionale, la quale costituisce una categoria troppo netta e monolitica per leggere e interpretare fenomeni attuali come la lotta dei villaggi rurali per emergere dall'indifferenziato universo della tradizione, l'insorgenza di *furusato* stranieri e i tentativi di trovare un centro spirituale/identitario al di fuori del proprio *background* culturale.

5. Presupposti per un quadro interpretativo attuale

Parte di ciò che comunemente si intende per “identità” non è solo il modo in cui gli individui definiscono se stessi, ma anche il senso di appartenenza che questi sviluppano verso certi gruppi e che contribuisce profondamente alla definizione del “sé”. Le identità sono conseguentemente multistrato e situazionali: racchiudono, infatti, al proprio interno molteplici forme di identificazione coesistenti, come quelle di genere, di classe o di religione, e a seconda dei contesti possono emergere e operare in misura predominante alcune sfaccettature identitarie piuttosto che altre. L'adozione di una determinata identità è una scelta più o meno conscia che l'individuo opera per associarsi o affermare la propria alterità rispetto a un altro individuo o gruppo. Pertanto non si può supporre che l'identità nazionale escluda o sia sempre superiore al restante repertorio identitario che compone

¹⁰ A questo proposito Creighton mostra come una campagna pubblicitaria dell'ANA del 1991 rappresentasse il viaggio tramite voli domestici come uno spostamento tra mondi culturali che ne rendeva possibile la connessione in giornata senza dover effettuare una scelta tra i due stili di vita (Creighton 1997).

¹¹ C. Rojek suggerisce che la modernità operi attraverso due processi: il cosiddetto processo di “modernità 1” è una forza organizzatrice che tende a stabilire l'ordine e i principi razionali su cui le persone dovrebbero strutturare le proprie vite; il processo di “modernità 2”, invece, si presenta come rifiuto di questa rigidità e idealizzazione del “non-moderno”. Se il processo primario è generalmente percepito come propriamente moderno in quanto “forza della razionalità”, il processo secondario che si presenta come “forza dell'irrazionalità” appare del tutto opposto. In realtà le due forze sono due aspetti di un'unica realtà che si generano e fortificano a vicenda equilibrandosi (Rojek and Urry 1997).

l'essere sociale: essa agisce sempre in combinazione con altri tipi di identità anche quando è particolarmente forte (Seaton 2007; Dodd 2005).

L'identità nazionale è spesso descritta come senso di identificazione con la "comunità immaginata" della nazione. D'altra parte, più ci si avvicina a ciò che è percepito come "casa" dall'individuo, più tale comunità e il relativo senso di identificazione saranno reali, non immaginati e, poiché basati su un'effettiva, intima e quotidiana conoscenza dei membri della comunità, eserciteranno una maggiore presa o perlomeno saranno intensamente agognati (Seaton 2007). Nonostante sia innegabile che gruppi sociali dominanti hanno fatto spesso uso di questa identità locale e della sua forza per dare un solido sostegno all'identità nazionale che intendevano promuovere, è tuttavia sbagliato credere che, per quanto questi siano riusciti a persuadere la società della validità della propria visione, il risultato sia un'omogeneizzazione e un appiattimento identitario e ideologico (Dodd 2005). Nel caso del Giappone il mito del *furusato* come veicolo di identità nazionale potrebbe sembrare universalmente condiviso grazie all'azione congiunta di *media*, istituzioni politiche e ricerca accademica. Tuttavia, bisogna comunque tener conto che oltre l'apparente omogeneità si cela, come in ogni società, una moltitudine di punti di vista e di formazioni ideologiche e che l'ibridità culturale è contenuta entro i limiti dei discorsi dei gruppi dominanti non senza sforzi, perdite o violenze (Dodd 2005; Ivy 2010). Alla luce di queste ragioni, uno degli approcci di studio al nazionalismo che forse coglie meglio la natura policromatica della realtà sociale è quello culturale, secondo cui "more than a style and doctrine of politics, nationalism is a form of culture – an ideology, a language, mythology, symbolism and consciousness– that has achieved global resonance, and the nation is a type of identity whose meaning and priority is presupposed by this form of culture" (Dodd 2005, 5).¹²

Si può pertanto intuire che questa forma culturale per divenire predominante debba selezionare simboli e immagini particolarmente significativi all'interno del patrimonio culturale e adattarli per rispondere ai bisogni nazionali. Allo stesso tempo si capisce che il discorso nazionalista (come anche il discorso del *furusato*) non è mai unico ma è un mosaico che acquisisce forma grazie alla varietà e moltitudine di punti di vista e formazioni ideologiche compresenti nella società. Come si è visto precedentemente, il mito del *furusato* è stato soggetto a questo processo di selezione e adattamento passando più volte dalla marginalità alla centralità (e viceversa) anche all'interno degli stessi discorsi della classe dominante. Si è notato in particolare che i periodi in cui ha goduto di maggior popolarità sono stati gli anni Ottanta dell'Ottocento e gli anni Trenta, Sessanta e Settanta del secolo scorso: queste furono, infatti, decenni caratterizzate da grandi cambiamenti che portarono con sé ansie, timori e delusioni e conseguentemente la necessità di ripensare l'identità nazionale (Dodd 2005). Nonostante anche gli anni Cinquanta e l'inizio del periodo Meiji (1868-1912) siano epoche caratterizzate da grandi cambiamenti, tuttavia si presentano come momenti in cui il *furusato* e più in generale la tradizione popolare furono marginalizzati e denigrati in quanto arretrati, irrazionali e non funzionali al processo di modernizzazione. La rivalutazione avvenne solo in seguito quando sorse la necessità di

¹²Questo approccio generalmente si oppone a quelli strutturalisti che tendono a sottolineare come nell'ambito giapponese l'opera delle *élite* abbia pilotato un cambiamento strutturale nella società per poter sopravvivere grazie alla costruzione di uno stato unitario (Dodd 2005).

costruire o ricostruire un'identità nazionale propria e positiva. Alcuni studiosi hanno interpretato questi periodici spostamenti dalla marginalità alla centralità (e viceversa) come fasi di due cicli distinti di nazionalismo, in cui è osservabile nei confronti della "tradizione/giapponesità" un paradigma di denigrazione-rivalutazione-perno della sfida e caduta. Il ciclo primario coprirebbe il periodo che va dall'arrivo del Commodoro Perry (1853) alla sconfitta del Giappone nella Seconda Guerra Mondiale, mentre quello secondario si aprirebbe nel dopoguerra per concludersi con la crisi degli anni Novanta (Rea 2000). Inoltre M. Rea, basandosi sugli studi di Maruyama Masao e di Yoshino Kōsaku per quanto riguarda i primi due cicli di nazionalismo, ipotizza che con la crisi degli anni Novanta si possa essere aperto un terzo ciclo, caratterizzato dalla consueta iniziale marginalizzazione della tradizione e da una riapertura allo straniero riscontrabili, ad esempio, in fenomeni come la comparsa di *furusato* stranieri.

Quando si parla di *furusato*, si dovrebbe pertanto tener sempre presente che, anche quando esso è entrato a far parte di ideologie dominanti come quella del *nihonjinron*, non ha mai avuto una reale valenza universale e univoca, né l'identità locale (reale o agognata) è mai stata inglobata e annullata in quella nazionale, ma semmai ha concorso a rafforzarla e si è strettamente legata a essa creando un sinolo che non si è dissolto se non nel momento in cui le due identità sono entrate in conflitto, rivelando la reciproca diseguaglianza.¹³ Inoltre il ruolo del *furusato* all'interno dell'ideologia dominante stessa non è rimasto invariato, ma si è evoluto nel tempo passando anche attraverso periodi di marginalità o denigrazione.

Il quadro interpretativo di cui si è parlato in precedenza (Par. 4) fa solitamente riferimento al ruolo moderno del *furusato* principalmente all'interno della società degli anni Settanta e Ottanta. Come si è tentato di mostrare, queste interpretazioni sono sempre state pericolosamente sul punto di cadere in schemi analitici orientalisti (e auto-orientalisti) e di presentare il discorso del *furusato* come un blocco storico e monolitico esente da tensioni, contrasti e rotture politiche interne, ma fino ai primi anni Novanta potevano effettivamente essere uno strumento valido, seppur limitato, per descrivere come di fatto il mito del *furusato* fosse sfruttato all'interno di campagne pubblicitarie o di slogan politici che facevano leva sul suo forte potere evocativo e la sua salda presenza nell'immaginario collettivo. Tuttavia ai fini dell'analisi che si intende compiere nei paragrafi successivi, tali posizioni sono quasi del tutto anacronistiche dato che la situazione socio-economica, all'interno della quale si vogliono esaminare alcune delle sfaccettature contemporanee del mito, è drasticamente cambiata a causa del passaggio dal Giappone internazionale al Giappone globalizzato e alla prolungata crisi economica. Negli anni Settanta e Ottanta il Giappone internazionale si presentava, infatti, come una superpotenza economica nell'arena mondiale e, sull'onda della politica dell'internazionalizzazione (*kokusaika*), le possibilità di incontro con persone e culture straniere sia all'interno sia al di fuori del Paese erano aumentate significativamente rispetto al periodo precedente (Iwabuchi 2008). Eppure, grazie alla grande fiducia instillata principalmente dal miracolo economico

¹³ A questo proposito è interessante il già citato studio di Seaton, che analizza come le varie identità concorrano in misura diversa e talvolta in modi inaspettati a influenzare i ricordi di guerra, che a seconda del vissuto degli individui differiscono cospicuamente (Seaton, P. 2007. "Family, Friends and Furusato: 'Home' in the Formation of Japanese War Memories". *Japan Focus*.

e alla relativa decadenza della potenza americana che si volgeva verso il Giappone per imparare, l'internazionalizzazione portò non tanto a un'apertura allo "straniero" ma a una sua domesticazione e allo stesso tempo comportò una disseminazione della cultura giapponese su scala mondiale (Iwabuchi 2008; Ivy 2010). L'effetto che ne derivò fu un aumento di popolarità dei discorsi orientalisti e auto-orientalisti e un rafforzamento dell'immagine dell'identità nazionale, del *nihonjinron* e dei nuovi nazionalismi di stampo culturale/techo-commerciale. Se infatti nel periodo bellico (e prebellico) l'eccellenza giapponese era letta all'interno del sistema *wakon yōsai* (spirito giapponese, tecnica occidentale), che presupponeva l'esistenza di un "corpo" tecnologico e moderno abitato da "un'anima" indigena e tradizionale, negli anni della ripresa economica si assisteva alla ricostruzione di questo "corpo-anima" con significativi mutamenti. Il Giappone non si presentava più come importatore di tecnologia e idee ma aveva un ruolo attivo, per nulla subalterno e soprattutto in alcuni campi come quello manageriale godeva di un riconoscimento internazionale prima scarsamente sperimentato. I discorsi auto-orientalisti e orientalisti iniziarono, dunque, a idealizzare la cultura e lo spirito giapponese come fonte stessa dell'eccezionalità tecnologica ed economica in un *continuum* di unicità culturale e tecnologica: quelle che prima erano categorie separate conversero (Gomasasca 2001).

Con l'inizio degli anni Novanta il Giappone si trovò ad affrontare una lunga serie di cambiamenti: la fine della Guerra Fredda e la conseguente perdita dello statuto di beneficiario della politica estera americana, lo scoppio della "bolla economica", lo sviluppo di capitali transnazionali e in seguito l'affacciarsi di altri paesi asiatici sul panorama mondiale come potenze economiche portarono a una pesante perdita di fiducia nell'unicità giapponese, mito che fino ad allora era ampiamente condiviso (Iwabuchi 2008). Questo periodo si presenta come una pagina nera nella storia del Giappone non solo sul versante economico ma anche su quello sociale: l'opinione pubblica fu, infatti, profondamente scossa da una serie di crimini brutali compiuti da adolescenti,¹⁴ dall'attacco alla metropolitana di Tōkyō da parte del gruppo religioso Aum Shinrikyō e ancora da numerosi casi di avvelenamento alimentare e contaminazione delle acque da batteri fecali (Iwabuchi 2008; Rea 2000). Tutti questi eventi contribuirono ad aumentare il senso di crisi e di pessimismo e decretarono la caduta di numerosi miti, primo fra tutti quello del Giappone come paese sicuro e immune dai mali della modernità ritenuti fino a quel momento come tipicamente occidentali (Rea 2000).¹⁵ La caduta dei discorsi auto-orientalisti a poco a poco comportò l'indebolimento anche di quelli orientalisti con la conseguente perdita da parte del Giappone del suo *status* di "modernità non occidentale" per

¹⁴ Questi casi hanno a tal punto scosso l'opinione pubblica e attirato l'attenzione dei *media* che il ministero dell'Educazione ha attivato gruppi di ricerca per comprendere le cause del crimine giovanile e studiare il ruolo di fumetti, videogiochi e Internet sulla psicologia infantile. Inoltre sono state attivate linee telefoniche, creati programmi televisivi e pubblicati manuali ad uso di genitori e professori che mostrino come trattare i problemi di bambini e adolescenti (Gomasasca 2001).

¹⁵ In particolare mali sociali come le morti precoci causate da eccessi e abuso di droghe o la divisione del nucleo familiare originata da gravidanze adolescenziali o da divorzi erano visti fino agli anni Ottanta come problemi prevalentemente diffusi in Occidente. Tuttavia questi stessi mali via via si manifestarono anche in Giappone prendendo generalmente origine da fattori sociali differenti (es. abitudini lavorative e sistema scolastico in luogo di droghe o gravidanze) ma concretizzandosi in forme simili (Rea 2000).

eccellenza (Iwabuchi 2008).¹⁶ È evidente che lo stato che si è venuto a creare è quello di una profonda crisi identitaria tanto più forte rispetto a quelle avute precedentemente poiché il sistema gloriosamente mitizzato è collassato su se stesso e non a causa di pesanti interventi esterni o di forze generatesi in seno a una situazione internazionale come era successo al termine della Seconda Guerra Mondiale o con le “navi nere”, ma a causa di un cedimento strutturale che, seppur innescato da sollecitazioni di attori globali, ha rivelato tutta la limitatezza, fragilità e fallacia del sistema lasciando un vuoto ideologico e identitario. Secondo alcuni studiosi questa crisi toccò il suo apice nel 1995, anno del terremoto di Kōbe:

The trust in the competence of the bureaucracy, the confidence that the authorities would protect the people in the event of any crisis, were profoundly shaken. Questions of technology and engineering standards were actually directed toward national identity and directions (Rea 2000, 648-649).

Il Giappone globalizzato risulta, pertanto, un paese molto meno fiducioso e sicuramente meno attivo nella promozione di discorsi auto-orientalisti che qualifichino l'identità nazionale in termini di essenza unica e inimitabile. Si è notato in particolare che le nuove generazioni hanno una matrice culturale molto più ibrida anche rispetto a quella dei loro genitori stessi, con cui spesso non condividono né valori né tradizioni. Questo fatto trova le sue premesse ed è da ricondursi in parte al cambiamento diacronico della percezione e dell'atteggiamento nei confronti dell'autoctono e dello straniero. In particolare analizzando gli schemi di consumo dei giovani dal dopoguerra in poi si è operata una divisione in tre gruppi generazionali: la prima generazione, cresciuta durante l'occupazione americana, si è dovuta confrontare con la schiacciante e asimmetrica ricchezza degli occupanti e ha feticizzato i beni d'importazione, a prescindere da fattura e qualità, come simboli non solo di benessere ma anche di valore. La seconda generazione, invece, cresciuta a cavallo fra gli anni Sessanta e Settanta, ha conosciuto un'economia in rapida crescita caratterizzata dalla presenza sempre più ubiqua dello straniero e soprattutto dalla piena soddisfazione dei bisogni materiali di base. I beni importati, quindi, in questo periodo non conferiscono più automaticamente un certo *status* e perdono l'alone di mistero e superiorità che precedentemente li aveva circondati. Questa generazione cerca la qualità, il lusso e lo stile tanto nell'autoctono quanto nello straniero. Infine la terza generazione cresce immersa in uno stile di vita internazionale, in cui paradossalmente lo straniero è divenuto familiare. Negli anni Ottanta i giovani sono attratti da tutto ciò che è estraneo e inconsueto, vogliono sperimentare il brivido della scoperta all'interno di una perdita “giapponesità”, che, al contrario di quanto si potrebbe pensare, trova la sua massima espressione non nel “tradizionale” o “nativo” ma nei prodotti *retrò* del periodo Taishō (1912-1926) e primi anni Shōwa (1926-1989) e nei lati culturali percepiti come esotici. Per quanto riguarda l'attualità, si usa l'etichetta di “età della dissolutezza” (*hōtō eiji*) in quanto i giovani egoisti e infantili sarebbero alla costante e

¹⁶ Altro fattore che ha minato l'alone di mistero ed esoticità che il Giappone esercitava esternamente è stato l'avvento di un'economia globale che ha eroso i confini degli Stati: infatti “la pervasività dei prodotti materiali della sua industria elettronica e meccanica prima, e la diffusione della sua industria ludico-culturale poi, hanno fatto del made in Japan un elemento integrante dell'inculturazione *mainstream*, ovvero una realtà familiare e quotidiana per gran parte delle nuove generazioni” (Miyake 2014, 130).

indistinta ricerca di novità e spettacolarità piuttosto che di uno *status* nella società adulta o di qualità/valore (Ivy 2010).

Anche dal punto di vista dell'evoluzione della cultura giovanile (nelle sue tendenze generali e caratterizzanti), è ravvisabile un mutamento che lentamente ha portato da un'iniziale frattura generazionale tipica di molte società post-industriali alla marginalizzazione e desacralizzazione dei miti e dei valori della società adulta. Se infatti negli anni Sessanta la cultura giovanile si presenta come una controcultura politicizzata colorita da una volontà di cambiamento sociale, culturale e politico, già all'inizio degli anni Settanta l'obiettivo politico del radicalismo giovanile è completamente oscurato e gli interessi intellettuali e gusti estetici di queste generazioni vengono commercializzati e sfruttati dalle grandi industrie culturali. Allo stesso tempo proprio in quegli anni i giovani iniziano a divenire oggetto di dibattito in quanto individui considerati come egoisti e infantili che rifiutano la società civile e i doveri chiudendosi in una dimensione individualista. Questo ripiegamento individualistico è spesso stato interpretato come un proseguimento del rifiuto del sistema e della sfiducia nella società degli adulti tipici degli anni Sessanta, che trovano da allora forma non più nella protesta politica ma in movimenti giovanili ed in particolare nella cultura *shōjo* (Gomarasca 2001; Kinsella 1998). Non è infatti un caso che in quel periodo "Discover Japan", di cui si è parlato precedentemente, si rivolgesse principalmente a un pubblico femminile e che nelle locandine comparissero solo ragazze molto giovani. Questa campagna pubblicitaria ha infatti saputo sfruttare il generale desiderio di rivalutazione dell'autoctono, ma ancor di più la volontà di riscoperta (falsamente) anticonsumista della natura, del prodotto artigianale di alta qualità e del "vero io", che animava le nuove generazioni (Gomarasca 2001). In particolare il grande successo ottenuto è da ricondursi al fatto che sia stata in grado di rivolgersi e farsi interprete dei desideri e del modo di sentire delle ragazze, segmento sociale che da allora sarebbe divenuto sempre più significativo nel panorama delle culture giovanili e in generale nella società giapponese.¹⁷ Negli anni Ottanta le critiche nei confronti di giovani, *mass media* e industrie culturali si sono inasprite ulteriormente ed è stato coniato il termine *shinjinrui* (nuova razza umana) per definire questa generazione nata nell'opulenza ed esclusivamente dedicata, secondo la maggior parte dei sociologi, ai piaceri e al consumo passivo e irresponsabile di beni culturali e divertimenti (Kinsella 1998). Al di là di giudizi e valutazioni, è importante notare che i giovani del *shinjinrui* vivono in una società che ha apparentemente raggiunto l'obiettivo di modernizzazione che si prefiggeva da oltre un secolo e che, in una certa misura, si possono limitare a consumare senza preoccuparsi di dover accumulare e produrre. È a questo punto che il *sarariman*, "eroe culturale" dei decenni precedenti inizia gradualmente a essere messo in ombra così come tutto il sistema di valori di cui era espressione (Gomarasca 2001). Negli anni Novanta, il crollo del sistema ha comportato un'ulteriore progressiva "desacralizzazione" di questa figura, lasciando così un vuoto ideologico che è stato fonte di ansia e

¹⁷ Il creatore stesso della campagna, Fujioka Wakao, ha sostenuto che il *target* fossero i giovani, proprio perché svincolati dalle costrizioni del mondo del lavoro e liberi di trasgredire i limiti sociali, ma più nello specifico le ragazze. Infatti secondo Fujioka, le giovani donne godevano di una libertà ancor maggiore poiché potevano rimandare più a lungo l'ingresso in società o non entrarvi affatto rimanendo nelle proprie case e agendo come manipolatrici nascoste dei propri mariti e della propria famiglia ed è proprio per questo che la campagna mirava a farsi interprete dei loro sogni e desideri (Ivy 2010).

pessimismo ma allo stesso tempo ha rappresentato/rappresenta una possibilità e uno spazio di manovra per i nuovi miti e culti.

La variazione nel tempo della percezione di autoctono/straniero, la progressiva desacralizzazione dei miti del discorso egemone e l'influenza di forze e agenti globali hanno fatto sì che i giovani giapponesi sviluppassero gradualmente, ma in maniera sempre più significativa dagli anni Novanta, identità transnazionali fortemente influenzate dalla cultura *pop* occidentale e altamente ibride. Essendosi inoltre lasciati alle spalle i miti delle generazioni precedenti, hanno sviluppato proprie ideologie e culti che, grazie al *vacuum* ideologico, hanno potuto sconfinare venendo adottati da segmenti sociali sempre più vasti. Ne è un chiaro esempio il *kawaii*, originariamente culto della cultura *shōjo* ma divenuto ora una tra le forme culturali giovanili con più implicazioni sociali e pervasività: “the culture of *kawaii* [...] is the clearest expression of discontent in Japan today. *Kawaii*'s (cute) response to a society repressed and consumed with work is to idolize the presocial, the childlike and the world of dreamy imagination” (Rea 2000, 653).

Infine un ultimo fattore di cui tener conto nell'analisi dei *furusato* contemporanei è che nell'era della globalizzazione i confini nazionali sono stati fortemente erosi e così anche le identità nazionali risultano molto più fluide e dinamiche. Tuttavia anche in un contesto tale sarebbe sbagliato credere che non esista più alcun senso di appartenenza alla comunità nazionale e che discorsi auto-orientalisti come il *nihonjinron* abbiano totalmente perso il proprio potere: essi non sono più saldamente basati su una presupposta superiorità e distinzione culturale, ma si legano a nuovi tipi di nazionalismo più *soft* (Iwabuchi 2008). Questi neo-nazionalismi sono caratterizzati dalla mancanza di aggressività e di fervore e si presentano come tiepide forme di amore per la patria, non supportate però da sentimenti di orgoglio patriottico. Perciò l'incontro con persone, beni o immagini culturali straniere non porta più a un rafforzamento dell'identità nazionale, che poteva avvenire solo in luce di un'opposizione binaria tra “Giappone” e “Occidente”, né gli elementi stranieri sono percepiti come una minaccia per un qualche presunto “autentico spirito giapponese” (Iwabuchi 2008).¹⁸ La tradizione e le identità culturali/nazionali nell'era della globalizzazione non sono più percepite come qualcosa di esclusivo: anche quelle straniere si possono sperimentare, assaporare e addirittura adottare (Rea 2000).¹⁹ Ciò è possibile proprio perché questo nazionalismo *soft*²⁰ nella maggior parte dei casi si muove ed è promosso attraverso immagini culturali che sono giudicate e comparate, ma anche vendute e consumate quotidianamente sia all'interno sia all'esterno della nazione, che si presenta

¹⁸ Si tenga comunque conto che la larga diffusione di questi neo-nazionalismi *soft* non implica la completa decadenza dei vecchi nazionalismi di stampo più aggressivo.

¹⁹ Un'interessante ricerca condotta a fine anni Novanta mostra come le convinzioni linguistiche riconducibili al *nihonjinron* si siano evolute nel tempo. In particolare si è notato che la maggioranza dei giapponesi continuava a credere che il giapponese sia una lingua vaga, dal ricchissimo vocabolario e con molte più forme idiomatiche rispetto alle altre lingue; tuttavia si assiste a un cambiamento importante: ben l'82% dei rispondenti dichiarava di non credere che soltanto i giapponesi siano in grado di padroneggiare la lingua, laddove a inizio decennio tale percentuale ammontava solo al 43% (Haugh 1998).

²⁰ Un'espressione coniata da Michael Billig per definire questo tipo di fenomeni è *banal nationalism*. Con tale termine si vuole sottolineare il carattere quotidiano e onnipervasivo del nazionalismo, esibito ripetutamente nei più vari contesti non con fervore ma in un modo spesso inconsapevole e “banale”, anche se non privo di significato: “The metonymic image of banal nationalism is not a flag which is being consciously waved with fervent passion; it is the flag hanging unnoticed on the public building”. Per maggiori informazioni si rimanda alla lettura di Billig, Michael. 1995. *Banal Nationalism*. London: Sage Publications.

come un vero e proprio *brand* attorno a cui ruotano promozioni e attività gestionali (Iwabuchi 2008).²¹ Il successo globale del Giappone come superpotenza culturale sembrerebbe, dunque, dovuto “a una maggiore indeterminazione nazionale dei suoi prodotti, a una sorta di superficialità o fluidità, che ha fatto parlare anche di prodotti ‘senza odore culturale’ (culturally odourless) o ‘a-nazionali’” (Miyake 2014, 131). È chiaro che tendenzialmente l’autenticità della tradizione o dei prodotti culturali non è più il terreno base su cui costruire un’identità unica ed esclusiva, ma è diventata un comodo attributo che aggiunge valore alla merce contraddistinguendola sul mercato senza però renderla troppo colorita culturalmente e quindi inaccessibile.

6. *Furusato* stranieri: centri spirituali elettivi e fuga dalla realtà

La principale caratteristica attribuita al *furusato* sia nella sua mitizzazione sia nelle trattazioni accademiche (e pseudo-accademiche) è sempre stata l’autenticità o meglio il suo essere qualcosa di esclusivamente giapponese. Tuttavia uno studio di M. Rea, che per altro rimane abbastanza isolato nel panorama interpretativo, rivela l’insorgenza di *furusato* stranieri, cioè località al di fuori del Giappone cui si fa riferimento con tale appellativo nelle *brochure* turistiche. Questo fenomeno è particolarmente significativo se si tiene conto dei molteplici sforzi della classe dirigente di legare *furusato* e “giapponesità” e di come fino a tempi relativamente recenti questo legame risultasse naturale anche nell’immaginario collettivo. Secondo Rea, un cambiamento tale non implica soltanto una maggiore indeterminazione dell’identità nazionale, ma indica soprattutto la presenza di uno stato di forte alienazione e un atto di rifiuto culturale che porta all’accettazione dello straniero come proprio (Rea 2000). Bisogna comunque considerare che ciò è possibile proprio perché, come si è visto nel paragrafo precedente, i profondi cambiamenti socio-economici hanno condotto all’affermazione su scala globale di nazionalismi che trascendono i confini territoriali e l’opposizione binaria Noi/Altri con la conseguente formazione di identità transnazionali fluide e dalla matrice culturale altamente ibrida.

In passato il turismo domestico legato al *furusato* rivestiva un ruolo vicino a quello del pellegrinaggio: se si era “giapponesi”, almeno una volta nella vita bisognava visitare la propria patria spirituale (Reader 1987).²² D’altra parte il turismo internazionale era invece prevalentemente ricreativo: il miracolo economico aveva offerto la possibilità di compiere viaggi all’estero a un numero sempre maggiore di persone, ma, soprattutto negli anni Sessanta e Settanta, l’apparente decadenza dell’Occidente afflitto da mali sociali e crimini e la crescente prosperità del Giappone portarono a credere che l’antico maestro non avesse più niente da insegnare e che solo nell’arena domestica fosse rintracciabile una dimensione spirituale (Rea 2000). Pertanto fino agli anni Novanta, il turismo internazionale era principalmente il mezzo con il quale i giapponesi potevano acquisire un

²¹ Nel caso del Giappone, il governo è particolarmente attento alla promozione dei propri prodotti e della propria industria culturale, tanto che è attivo un programma governativo denominato “Cool Japan”, volto proprio a migliorare l’immagine del Paese sullo scenario internazionale e a rivitalizzarne l’economia ormai stagnante (Iwabuchi 2008; Miyake 2014).

²² Ivy fa notare come nella campagna “Discover Japan” la scelta della parola *tabi* per viaggio non sia stata casuale: i creatori ritenevano che la parola si legasse nell’immaginario alle peregrinazioni dei poeti-viaggiatori e che quindi facendo leva su queste associazioni potesse presentare il viaggio domestico come una riscoperta spirituale (Ivy 2010).

certo *status* sociale grazie alle esperienze culturali fatte durante il viaggio e rappresentava inoltre un'ottima possibilità per uscire dalla *routine* quotidiana, per rafforzare i legami di gruppo e per stabilire la propria identità in quanto giapponesi. In seguito, il trauma sociale causato dalla crisi e la conseguente caduta dei miti delle precedenti generazioni hanno portato a un clima di disincanto e alienazione, in cui per certi individui è iniziata una ricerca di significato nelle culture altrui volta a sanare il vuoto ideologico e identitario creatosi e legata allo stesso tempo a forme di svilimento dei valori e delle tradizioni patrie. Per questa ragione vi è stato un parziale passaggio da un turismo internazionale ricreativo a un turismo internazionale terapeutico (Rea 2000). In particolare secondo le teorie di E. Cohen esistono cinque tipi di esperienza turistica: "recreational, diversionary, experiential, experimental and existential". Nel *recreational mode* il viaggio è la valvola di sfogo dell'uomo moderno, che grazie a esso può ristabilire un senso di benessere e di rinnovata positività nei confronti della propria quotidianità; il *diversionary mode* si presenta in una forma molto simile che però non presuppone il ristabilimento di sentimenti positivi. Queste due forme di esperienza turistica sono puramente ricreative e riguardano ancora la maggior parte dei turisti, tuttavia vi è un numero crescente di individui che si mette in viaggio alla ricerca di autenticità. L'*experiential mode* è tipico di persone alienate dal proprio centro culturale che cercano autenticità nelle vite altrui accontentandosi di osservarla e di apprendere che almeno da qualche parte nel mondo sopravvive uno stile di vita genuino. L'*experimental mode* prevede invece che il viaggiatore alla ricerca di un centro spirituale/culturale sperimenti vari stili di vita "autentici", senza però mai legarsi stabilmente a uno di essi. Infine il turista esistenziale è come un pellegrino che però colloca il proprio centro spirituale al di fuori del proprio Paese e della propria cultura; in alcuni casi l'adesione e il senso di appartenenza sviluppati verso questo centro possono essere così forti da portare l'individuo alla decisione di vivere stabilmente nella sua nuova patria (Cohen 1979).

Rea prende in esame il caso di Hill Top, luogo di residenza della scrittrice Beatrix Potter²³ e Green Gable, luogo di residenza della scrittrice Lucy Maud Montgomery,²⁴ anche se in realtà questi luoghi ebbero per le due donne un significato molto più profondo: infatti non solo vi abitarono, ma costruirono intorno a essi i propri universi letterari e il proprio sistema di valori. Viene quindi fatto notare come queste località seppur straniere presentino delle similarità che le avvicinano al più classico concetto di *furusato*: sono infatti siti naturalistici in cui l'idilliaco paesaggio agreste presenta una natura fortemente umanizzata e accogliente; si presentano inoltre come luoghi che per la specifica volontà delle scrittrici sono stati preservati nel loro stato "naturale". Questi *furusato* stranieri, come succedeva un tempo per quelli giapponesi, sono ritenuti luoghi in cui sopravvive una presunta eredità tradizionale e pregni di caldi sentimenti d'affetto e memorie d'infanzia sia delle scrittrici che vi abitarono sia dei visitatori giapponesi che, pur non avendo una conoscenza diretta dei luoghi, proiettano verso di essi una sorta di nostalgia letteraria con la quale idealizzano questi mondi conosciuti mediante le letture della propria infanzia (Rea 2000). In particolare alcune interviste

²³ Distretto dei Laghi (Inghilterra). Beatrix Potter (1866-1943) è la famosa scrittrice per bambini che creò il personaggio Peter Coniglio. Per maggiori informazioni visitare il sito ufficiale del National Trust (<http://www.nationaltrust.org.uk/hill-top/>).

²⁴ Isola del Principe Edoardo (Canada). Lucy Maud Montgomery (1874-1942) è l'autrice del romanzo per ragazzi "Anna dai capelli rossi". Per maggiori informazioni: <http://www.tourismpei.com/pei-anne-vacation>

condotte sul posto hanno messo in luce che secondo la maggior parte dei turisti giapponesi i *furusato* nazionali rispetto a Hill Top e Green Gable sono altrettanto belli, ma sono ormai modernizzati e privi di *soboku* (semplicità, naturalezza). Sono inoltre degne di nota le parole di un turista che afferma:

We are the tourists, so maybe everyone in England will treat us as guests, but I feel the English have a politeness and courtesy that is quite natural and not commercialized, not superficial. I think this attitude comes from nature, from the environment in which they live (Rea 2000, 656).

La concezione di uno stile di vita non solo in armonia ma plasmato dalla natura stessa è un motivo tipico del *nihonjinron* e il fatto che esso venga attribuito a degli “occidentali” pone in evidenza che alcune categorie dei discorsi auto-orientalisti sono ora trasferibili talvolta anche su soggetti a cui in passato erano difficilmente ascrivibili.

In generale le località straniere che funzionano come *furusato* si legano a forme di nostalgia dirette verso mondi premoderni e letterari incontrati nell’infanzia o in gioventù²⁵ e presentano un ambiente idealizzato familiare e perciò accessibile culturalmente. L’idealizzazione e la nostalgia dirette verso questi luoghi sono inoltre connesse al culto del *kawaii*: nel caso di Hill Top è chiaro che il personaggio di Peter Coniglio creato da Beatrix Potter si presta facilmente a essere un’icona del *kawaii*, mentre Anna dai capelli rossi nel caso di Green Gable evoca idee associabili a tale sfera poiché legate al mondo dell’infanzia e all’innocenza. Questo culto giovanile idolatra tutto ciò che è infantile e collegato al mondo del sogno e dell’immaginazione presentandosi come una critica a una società repressa e consumata dal lavoro. M. Rea suggerisce che i *furusato* stranieri presi in analisi siano una concretizzazione del *kawaii* e che la visita a tali posti rappresenti una fuga e una critica alla realtà giapponese, ormai percepita come deludente sia sul fronte della modernità sia su quello della tradizione (Rea 2000).

Al di là dell’analisi di Rea, questo legame è tanto più significativo se si tiene conto che il *kawaii* non è una semplice moda, ma un vero e proprio paradigma esistenziale: è un modo di parlare, di atteggiarsi ma soprattutto di essere. Pertanto non consiste solo nell’acquistare oggetti carini con cui addobbare se stessi e i propri oggetti e spazi, ma consiste piuttosto nel trasformarsi nell’oggetto carino, parlando, camminando e in generale agendo come se si fosse ancora ingenui, indifesi e immaturi come dei bambini (Gomarasca 2001).²⁶ Nonostante le apparenze, il *kawaii* è un fenomeno tutt’altro che innocente: questo esibito ritorno all’irresponsabile innocenza dell’infanzia è una negazione del presente sociale e una condanna verso l’intera società degli adulti. Allo stesso tempo è una provocazione e un rifiuto a entrare in quello che è percepito come il mondo bugiardo, opprimente e corrotto della maturità: infatti tanto più il discorso dei *media* e degli esperti condanna

²⁵ Bisogna comunque tener conto che la nostalgia postmoderna sta assumendo forme sempre più instabili, quasi associabili a stili e a mode generazionali. Queste forme nostalgiche sono fortemente commercializzate e spesso legate a beni di consumo ormai obsoleti, che hanno il potere di suscitare un sentimento di nostalgia verso mondi passati la cui tecnologia è ormai superata e che pertanto suscitano una certa empatia alla luce del fatto che anche la propria epoca e i suoi prodotti saranno inevitabilmente sostituiti (Ivy 2010).

²⁶ Un aspetto molto interessante del *kawaii* è che le giovani (e i giovani) aderenti a questo culto/moda non ritengono di star seguendo alcuno stile o tendenza. Tratti fondamentali del *kawaii* sono infatti la spontaneità e naturalezza, che nella propria continua ostentazione paradossalmente coprono le tracce dell’artificialità e dello sforzo di apparire teneri e carini (Kinsella 1995).

questi comportamenti, tanto più i “seguaci” del *kawaii* feticizzano le proprie personalità infantili in un gioco al rialzo (Gomasasca 2001; Kinsella 1995). Inoltre bisogna tener conto che il fenomeno, pur essendosi originato all’interno della cultura *shōjo*, ha finito per sconfinare e riguardare fasce di popolazione sempre più ampie: non sono unicamente le adolescenti a seguire uno stile di vita *kawaii*, ma sempre più uomini e donne tra i 18 e i 30 anni se ne professano amanti.²⁷ Lo sconfinamento è arrivato a un punto tale da toccare anche diversi ambiti della cultura aziendale/adulta di cui questo culto dovrebbe essere critica: non è, infatti, raro vedere personaggi e *mascotte* della Sanrio, azienda leader del settore, anche su carte di credito, bancomat, tessere telefoniche o nelle campagne pubblicitarie di banche e compagnie finanziarie (Gomasasca 2001; Kinsella 1995). In generale la figura della *shōjo* stessa è sempre più feticizzata non solo dalla popolazione femminile ma anche da quella maschile come icona e rappresentante di “un’illecita zona libera esterna alla cultura aziendale dove è possibile perseguire interessi e desideri individuali” e proprio per questa ragione si è arrivati talvolta a parlare di “shojizzazione” della società giapponese (Gomasasca 2001, 43).

In quest’ottica, i *kawaii furusato* sono luoghi dall’alto potenziale di resistenza che recano in sé significati provenienti da entrambe le sfere. Chiaramente il *furusato* in questo suo risvolto contemporaneo non si presenta più come un “autentico Giappone premoderno”, ma legandosi strettamente al *kawaii* diventa (o torna a essere) il luogo della propria infanzia verso cui si prova una forte nostalgia, anche se in questo caso si tratta di una forma mediata letterariamente. Pertanto è proprio nell’idealizzazione dell’infanzia come altro mondo presociale contrapposto a quello di provenienza che questi due miti convergono creando uno spazio caratterizzato da spontaneità, naturalezza e relazioni umane semplici e sincere, qualità che invece dalle parole dei turisti intervistati sembrerebbero mancare nei *furusato* nazionali.

Altro fattore rilevante è che questi *furusato* stranieri funzionano per un gran numero di individui²⁸ come centri spirituali elettivi e familiari, seppur al di fuori del proprio *background* culturale, e proprio per questa ragione segnalano non solo il superamento delle classiche logiche nazionalistiche ma soprattutto l’affacciarsi di identità culturali/nazionali ibride, elettive e commerciali: grazie specialmente alle industrie turistiche e culturali è possibile entrare in contatto e infine scegliere uno o più luoghi di appartenenza. Come un vero e proprio prodotto, queste identità commerciali hanno un *target*, devono essere vendute e soprattutto si mira a fidelizzare il più possibile il cliente nel loro consumo. Nel caso dei *kawaii furusato*, il bacino d’utenza principale è costituito prevedibilmente da donne tra i 20 e i 30 anni²⁹ e le attività di fidelizzazione spaziano notevolmente, ma una decisamente particolare è offerta a Green Gable, dove vi è la possibilità di celebrare matrimoni non solo nelle località descritte in “Anna dai capelli rossi” ma anche di far partecipare alla cerimonia i personaggi stessi del libro impersonati da abitanti del luogo (Rea 2000). Attività di questo tipo permettono pertanto di sviluppare un senso di appartenenza (commerciale) non solo relativo al luogo ma alla comunità stessa che vi abita. Resta da chiedersi se, come un vero e proprio bene di

²⁷ In un sondaggio del 1992, ben il 71% degli intervistati in tale fascia d’età si dichiarava amante del *kawaii* (Kinsella 1995).

²⁸ Per quanto si tratti di un fenomeno minoritario, esso è abbastanza consistente: a Hill Top, il National Trust ha limitato il numero dei visitatori giapponesi -circa un terzo di quelli totali- per non minare la conservazione del sito (Rea 2000).

²⁹ Ma in generale le donne intorno ai 20 anni costituiscono il gruppo demografico che più viaggia oltreoceano (Rea 2000).

consumo, queste identità sperimentabili, scambiabili e adottabili siano soggette a un ciclo di vita e se quindi vadano incontro a una fase di declino e ritiro dal mercato o, in alternativa, a una fase di rilancio e rivitalizzazione del prodotto.

7. Detentori della tradizione nell'era della globalizzazione

Finora sono state prese in esame la percezione e le rappresentazioni del *furusato* sviluppate nei centri urbani e dal discorso egemone ed è stata fornita solo una superficiale panoramica del reale stato di degrado e spopolamento in cui versano le aree rurali. Tale situazione in assenza di un approccio sistematico da parte del governo rimane invariata, nonostante l'idealizzazione e lo sfruttamento ideologico cui queste zone sono sempre state soggette. In questo paragrafo si procederà pertanto con una breve presentazione, con la quale si vorrebbe fornire una prospettiva libera dalla retorica del *furusato* sulle vite di chi ancora abita i luoghi della "tradizione".

Vivere nelle aree etichettate come *inaka* significa essere soggetti a un repertorio di pregiudizi creatosi nei secoli e nonostante vi sia una certa tendenza a romantizzare lo stile di vita agreste, di fatto il culto del *furusato* viene celebrato solo due volte l'anno durante l'*Obon* (Festa delle Lanterne) e l'*Oshōgatsu* (Capodanno), quando dalle città masse di giapponesi si riversano nelle stazioni e nelle strade per tornare al proprio luogo natale dove ancora risiedono gli anziani genitori e i parenti (Mock 2014).³⁰ Il resto dell'anno queste aree sono dimenticate e denigrate perché troppo o non abbastanza tradizionali e coloro che vi abitano sono considerati o come sfortunati individui costretti a portare avanti l'attività di famiglia o come persone non abbastanza dotate da avere successo in città. I dati raccolti dal Ministero dell'Educazione, tuttavia, smentiscono decisamente questa immagine di arretratezza e ignoranza: la prefettura di Akita, una delle più rurali e scarsamente abitate, conquista sempre il primo posto nel National Achievement Test³¹ e seguono solitamente prefetture altrettanto rurali come Fukui, Ishikawa e Toyama.³² Eppure queste aree detengono anche un altro primato, ovvero quello del tasso di suicidi annui, smentendo così anche l'immagine romantica di idilliaca vita agreste.³³

Il *furusato* a causa della caduta dei vecchi schemi orientalisti e dell'indebolimento del *nihonjinron* nelle sue forme più classiche è divenuto l'altra faccia del *brand* nazionale, ovvero il Giappone non *cool* (Mock 2014). In reazione a ciò, tanti giovani ancora fuggono verso le grandi città e metropoli che sono ormai indiscusse icone *cool* a livello internazionale. Sebbene questo deflusso non sia paragonabile a quello verificatosi negli anni Sessanta e Settanta, esso sta ponendo in serio rischio l'esistenza di molti villaggi, i cui abitanti sono sempre più anziani. A queste realtà è stato dato un nome: *genkai shūroku*, villaggi marginali, ovvero paesi in cui più della metà della popolazione ha un'età superiore ai 65 anni

³⁰ Bisogna comunque tenere conto che, anche se queste ricorrenze sono piuttosto sentite, parte della popolazione spesso celebra con il ritorno a casa solo una delle due festività o non ritorna affatto. Proprio per questo i centri commerciali (e non solo) mettono in scena *matsuri* di luoghi sempre diversi promuovendo allo stesso tempo la vendita di prodotti locali in modo da soddisfare le esigenze di chi resta in città (Creighton 1997).

³¹ Si tratta di un test condotto a livello nazionale dal 2007, in cui si valutano e comparano i livelli di competenza in giapponese e matematica di tutti gli studenti all'ultimo anno di scuole elementari e medie.

³² Education, National Achievement Test, <http://stats-japan.com/>.

³³ Background, Suicide victims: Female-Male, <http://stats-japan.com/>.

e che pertanto corrono il serio rischio di scomparire.³⁴ Più in generale l'intero Giappone versa ormai in una situazione critica dal momento che ormai dal 2007 è divenuto un paese a crescita zero e le proiezioni demografiche mostrano che, se prosegue il *trend* attuale, la popolazione totale sarà diminuita di un terzo nel 2050 e si sarà quasi dimezzata per fine secolo (Mock 2014). Altro fattore che aggrava ulteriormente la situazione è il ristagno delle proprietà terriere: coloro che risiedono in città e ricevono in eredità terreni e case preferiscono lasciare i campi incolti e le abitazioni disabitate piuttosto che venderli, ritenendo tale pratica poco filiale o sperando di potersi trasferire una volta in pensione. Proprio per questo è estremamente difficile avere un ricambio generazionale nell'agricoltura e i pochi giovani interessati a entrare nel settore si devono scontrare con innumerevoli difficoltà per riuscire ad acquistare un'estensione di terreni sufficiente a intraprendere l'attività agricola (Mock 2014). In tale situazione, quelli che rimangono o i pochi che ritornano sono spesso impegnati in iniziative locali volte a infondere fiducia e orgoglio negli abitanti e concepite per riaprire un dialogo con la realtà urbana e internazionale lasciandosi però alle spalle l'indistinta etichetta di *furusato*.

In quest'ottica è stata fondata dai cittadini di Hongū³⁵ (prefettura di Wakayama) la Stock Society, il cui motto è: "Se non lo facciamo noi, nessuno lo farà per noi" (*jibun de yaranai to daremo yatte kurenai*). I fondatori della società (molti dei quali sono migranti ritornati) avevano notato che gli abitanti locali non avevano più fiducia in se stessi e si limitavano ad aspettare passivamente le sovvenzioni statali e a sperare nei benefici del turismo, che però non si estendevano mai oltre i confini delle località più popolari. Tra i primi provvedimenti presi figura, quindi, il completo rifornimento delle località turistiche con prodotti locali finalizzato ad aumentarne la capacità attrattiva incrementando l'autenticità e concepito per generare più guadagni e posti di lavoro. Tuttavia il provvedimento più importante è stata la fondazione di una società del *furusato* (*furusatokai*), cioè un tipo di organizzazione che permette ai residenti di città tramite il pagamento di una quota annua di ricevere a casa prodotti agricoli della zona, nonché una *newsletter* contenente notizie sulle attività locali (e addirittura sulla vita dei membri della comunità) e l'invito a tutti gli eventi del villaggio con la promessa in caso di partecipazione di essere trattati come compaesani e non come turisti (Knight 1994). Al di là dell'apparente appiattimento sui modelli della retorica del *furusato*, questa iniziativa è del tutto slegata da tale mito: non presuppone, infatti, l'esistenza di una comunità indipendente, autosufficiente e legata all'agricoltura, bensì articola un progetto che sfrutta la crescente sensibilità urbana riguardo all'importanza di cibi salutari e biologici e che fidelizza la clientela nei confronti di uno specifico villaggio (e non un astratto e generale *furusato*) grazie a moderne tecniche di *marketing*.

Un altro caso emblematico può essere quello dell'ecomuseo³⁶ di Hiranochō (Ōsaka). Questo insediamento risale al XIV secolo e originariamente si trattava di un villaggio autonomo, che tuttora

³⁴ Secondo le stime del Ministero degli Interni i luoghi che corrono questo rischio sono circa 10.000 e circa 55.000 potrebbero seguire lo stesso destino a breve.

³⁵ Dal 2005 il villaggio è stato accorpato alla città di Tanabe, di cui ora fa parte.

³⁶ L'ecomuseo è una forma museale relativamente giovane: è nata in Francia a fine anni Sessanta ma ha acquisito importanza dal 1972 grazie alla "Tavola Rotonda di Santiago" di UNESCO e ICOM in cui si discusse riguardo allo sviluppo di forme museali più "democratiche". L'ecomuseo mira a preservare non solo paesaggi significativi plasmati dall'attività umana, ma la co-

conserva siti storici di notevole importanza come templi, giardini e case in legno tradizionali.³⁷ L'ecomuseo fu fondato nel 1993 da alcuni abitanti del luogo coordinati da Kawaguchi Ryonin, monaco del tempio locale, e inizialmente comprendeva sette siti da salvaguardare, che però già nel 2003 erano diventati quindici (Davis 2009). L'iniziativa prosegue non tanto con l'idea di preservare il patrimonio culturale per attirare benefici economici, ma piuttosto con l'intenzione di promuovere il dialogo tra la popolazione locale in modo da renderla orgogliosa del proprio luogo e di farla riflettere sulla sua storia affinché comprenda meglio le necessità attuali. L'ecomuseo, dunque, non riguarda il passato, bensì il presente e il modo in cui gli abitanti percepiscono il luogo e la propria identità in funzione di esso. Pertanto non è un caso che tra i siti da proteggere figurino luoghi tradizionali come il Dainenbutsuji, le case di legno in stile giapponese e un viale di alberi antichi, ma sorprendentemente gli abitanti hanno scelto di preservare come luoghi significativi anche un negozio di caramelle, la sede del quotidiano locale e una rivendita di biciclette (Davis 2009). Secondo Ohara Kazuoki, membro di Ecomuseum Network della Penisola di Miura, gli ecomusei in Giappone, nonostante tutti i limiti e le incomprensioni della nuova categoria museale, possono diventare un buon punto di partenza per la riaffermazione di identità da parte degli abitanti delle aree rurali: infatti tali identità a causa degli squilibri tra comunità urbane e rurali sono state soggette a processi di appiattimento e simbolizzazione. Ohara sostiene inoltre che, per far fronte alle sfide del mondo odierno, è necessario che la popolazione locale intraprenda un percorso che porti a una conoscenza del territorio e del suo potenziale non mediata dall'esterno (Ohara 2005).

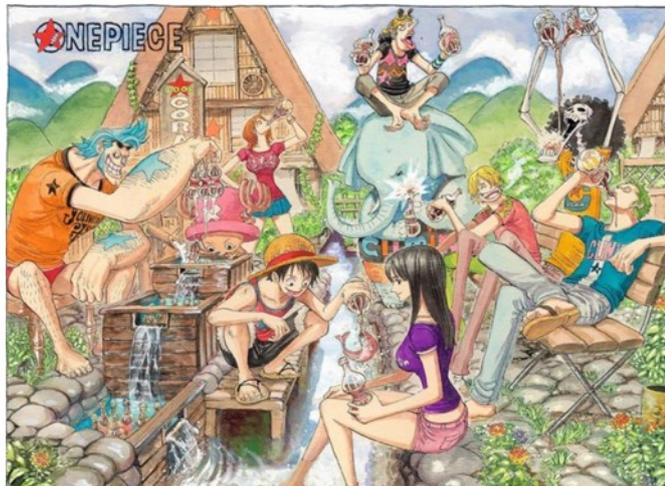
Le iniziative di villaggi e luoghi della "tradizione" volte a promuovere la visione locale della realtà e concepite per modellare un'identità non più calata dall'esterno sono molteplici e sempre più diffuse e proprio per questo hanno attirato l'attenzione di numerosi studiosi che le presentano in una luce molto positiva. Tuttavia, pur riconoscendo i meriti di queste iniziative, è importante considerare che le identità che emergono da questi processi sono pur sempre rappresentazioni: vi è infatti una certa tendenza a credere che, poiché la pratica dell'ecomuseo esclude le rappresentazioni imposte da codificatori esterni (curatori, guide, enti finanziatori) e in alcuni casi anche quelle dei decodificatori (visitatori), sia possibile avvicinarsi all'autentico spirito del luogo (Davis 2009). Anche nei casi degli ecomusei più introspettivi, sarebbe comunque opportuno tener sempre presente che anche l'opinione locale è soggetta a preconcetti e generali filtri culturali e che il valore di tali iniziative non risiede in un presunto accostamento alla "verità" del luogo. Difatti questi villaggi non solo provano a emergere dall'indifferenziato mondo del *furusato* presentandosi nella propria specificità al Giappone *cool*, ma spesso tentano anche di entrare a farne parte costruendosi di proposito un'identità conforme a quella del *brand* nazionale. Se infatti c'è un vasto repertorio di icone *cool* nazionali conosciute in tutto il mondo come i Pokémon o Hello Kitty, ancora più vasto è quello delle *mascotte* locali come ad

munità stessa che vi abita; essa dovrebbe essere coinvolta nelle attività di salvaguardia, conservazione e interpretazione in modo tale da poter trasmettere ai visitatori rappresentazioni del luogo non filtrate da parti esterne (curatori e istituzioni) affinché si possa cogliere lo spirito del luogo nel modo in cui è percepito da chi vi abita ed è inserito nella sua storia. Per approfondire a questo riguardo: Davis, P. 2004. "Ecomuseums and the Democratization of Japanese Museology". *International Journal of Heritage Studies* 10 (1): 93-110 e Davis, P. 2009. "Ecomuseums and the Representation of Place". *Rivista Geografica Italiana* 116 (4): 483-503.

³⁷ Hirano potrebbe essere considerato come un caso di *furusato* che ha perso tale titolo a causa dell'urbanizzazione e dell'eccessiva vicinanza alla realtà urbana.

esempio la pigna Mak-kun per il piccolo villaggio di Minamiminowa (prefettura di Nagano), il monaco Kōya-kun per il monte Kōya o il mezzo Buddha/mezzo cervo Sento-kun per Nara (Miyake 2014; Inada and Wakabayashi 2012).

Figura 3, Shirakawa-gō, pirati e Coca Cola (One Piece, cover page n. 566)



In quest’ottica il giudizio di Ohara riguardo all’ecomuseo di Asahi (prefettura di Yamagata) è riduttivo: lo studioso ritiene, infatti, che questo ecomuseo, che punta a richiamare turisti con strutture museali e una serie di attrazioni legate alle produzioni locali, ha finito con il rappresentare un modello di ecomuseo *standard*, che non è in grado di valorizzare le identità locali perché troppo legato ai sistemi della vecchia museologia e che si riduce a essere una galleria espositiva e un luogo per la vendita di *souvenir* (Ohara 2005). Allo stesso modo è riduttivo pensare che l’esperimento portato avanti dalla città di Itayanagi (prefettura di Aomori), che fondamentalmente propone le stesse attrazioni di Asahi senza però fregiarsi del titolo di ecomuseo, sia un caso di parco a tema tradizionale ben riuscito (Brucklacher 2000).

L’accostamento della tradizione a icone pop o la trasformazione della tradizione stessa in icona o ancora la sua commercializzazione non sono più percepite (solitamente) come problematiche né dai “detentori” né dai fruitori. Viene, dunque, da pensare che sia piuttosto semplicistico leggere tali fenomeni come geniali trovate commerciali o incomprensioni di una nuova categoria museale. Si potrebbe piuttosto parlare di tentativi di mimesi e di appropriazione del linguaggio della modernità attuati per promuovere l’incontro tra la realtà locale e le forze globali o ancora di cambiamento di ciò che è percepito come tradizione a seguito della trasformazione delle strutture sociali in cui essa si forma. Sarebbe inoltre che queste iniziative siano fenomeni perfettamente in linea con alcune dinamiche identitarie/nazionalistiche attuali, in cui la tradizione non è più né il garante della continuità storica né la base per la costruzione di identità uniche ed esclusive, ma è un accessorio caratterizzante o addirittura un bene commerciabile all’interno di un *brand* nazionale.

Più in generale quando si parla di *furusato* non è più possibile far riferimento al mito dell’“autentico Giappone premoderno”, o almeno non esclusivamente. Sebbene non sia possibile negare che questa immagine sia ancora viva e sfruttata, sarebbe sbagliato ritenere che tale retorica sia totalizzante e che soprattutto coincida con la percezione e il vissuto delle singole persone e in

particolare di quelle sulle cui vite sono stati compiuti tali processi di astrazione e simbolizzazione. La presentazione della retorica del *furusato* come discorso astorico e omogeneo è un limite di molti studi e proprio per questo l'obiettivo che ci si prefiggeva era di far notare una certa dinamicità e dialettica tra discorsi marginali e centrali nell'evoluzione del mito, ma soprattutto l'impossibilità di utilizzare categorie troppo nette come tradizione o identità nazionale in riferimento ai *furusato* contemporanei. In un contesto tanto dinamico e instabile come quello attuale, i nazionalismi e le identità sono realtà sempre più flessibili, complesse e ibride: le formazioni identitarie che ne derivano sono veri e propri *bricolage*, costruiti con materiali reperiti anche da luoghi molto distanti culturalmente e geograficamente e a cui si può accedere grazie alle opportunità fornite in particolar modo dalle industrie turistiche e culturali. Pertanto un'analisi che esamini la tematica del *furusato* in termini di "autentico Giappone premoderno", espressione di tradizione e identità nazionale, è oggi tanto più insoddisfacente perché non rappresenta uno strumento valido per spiegare la policentricità o acentricità delle identità culturali o ancora la natura sempre più profondamente commerciale delle identità nazionali.

Bibliografia

- Andō, Shirley. 2009. "A Look at Nihonjinron: Theories of Japaneseness." *Otemae Journal* 10: 33-42.
- Andō, Shirley, and Miyagawa Masako. 2007. "Comparative Ways Out of the Spiritual Collapse of Japan (Part 1)." *Otemae Journal* 8: 1-7.
- Ben-Ari, Eyal. 1995. "Contested Identities and Models of Action in Japanese Discourse of Place-Making." *Anthropological Quarterly* 68 (4): 203-218.
- Brucklacher, Ann D. 2000. "Facing Globalization: Japanese Farmers' Responses to Changing Markets." *Japanstudien. Jahrbuch des Deutschen Instituts für Japanstudien der Philipp Franz von Siebold Stiftung* 12: 229-247.
- Caroli, Rosa, and Gatti Francesco. 2004. *Storia del Giappone*. Roma: GLF editori Laterza.
- Cohen, Erik. 1979. "A Phenomenology of Tourist Experiences." *Sociology* 13 (2): 179-201.
- Creighton, Millie. 1997. "Consuming Rural Japan: The Marketing of Tradition and Nostalgia in the Japanese Travel Industry." *Ethnology* 36 (3): 239-254.
- Davis, Peter. 2004. "Ecomuseums and the Democratisation of Japanese Museology." *International Journal of Heritage Studies* 10 (1): 93-110.
- Davis, Peter. 2009. "Ecomuseums and the Representation of Place." *Rivista Geografica Italiana* 116 (4): 483-503.
- Dodd, Stephen. 2005. *Writing Home: Representations of the Native Place in Modern Japanese Literature*. "Harvard East Asian Monographs." Cambridge, Mass.: Harvard University Asia Center.
- Gomasca, Alessandro, ed. 2001. *La bambola e il robottone: Culture pop nel Giappone contemporaneo*. Torino: Einaudi.
- Haugh, Michael. 1998. "Native-Speaker Beliefs about Nihonjinron and Miller's 'Law of Inverse Returns'." *The Journal of the Association of Teachers of Japanese* 32 (2): 27-58.
- Holbrook, Morris B. 1993. "Nostalgia and Consumption Preferences: Some Emerging Patterns of Consumer Tastes." *Journal of Consumer Research* 20 (2): 245-256.
- Irving, Richard T.A. 1997. "Where is Furusato? Towards a Redefinition of Japan's Rural Area." *Kwansei Gakuin University Social Sciences Review* 2: 27-38.

- Ishii Kiyoteru, 石井 清輝. 2007. "Shōhi sareru furusato no tanjō: Sengonihon no nashonarizumu to nosutarujia." (消費される「故郷」の誕生: 戦後日本のナショナリズムとノスタルジア, La nascita del furusato come bene di consumo: nazionalismo e nostalgia nel Giappone postbellico) *Philosophy* 哲学 117: 125-156.
- Itō Hirobumi. 1910. "Some Reminiscences of the Grant of the New Constitution." In *Fifty Years of New Japan*, edited by Ōkuma Shigenobu, 122-132. London: Smith Elder & Co.
- Ivy, Marilyn. 2010. *Discourses of the Vanishing: Modernity, Phantasm, Japan*. Chicago: University of Chicago Press.
- Iwabuchi Kōichi. 2008. "Lost in TransNation: Tokyo and the Urban Imaginary in the Era of Globalization." *Inter-Asia Cultural Studies* 9 (4): 543-556.
- Kelly, William W. 1986. "Rationalization and Nostalgia: Cultural Dynamics of New Middle-Class Japan." *American Ethnologist* 13 (4): 603-618.
- Kinsella, Sharon. 1995. "Cuties in Japan." In *Women, Media and Consumption in Japan*, edited by Lise Skov and Brian Moeran, 220-254. Richmond, Surrey: Curzon Press.
- Kinsella, Sharon. 1998. "Japanese Subculture in the 1990s: Otaku and the Amateur Manga Movement." *Journal of Japanese Studies* 2 (24): 289-316.
- Knight, John. 1994. "Rural Revitalization in Japan: Spirit of the Village and Taste of the Country." *Asian Survey* 34 (7): 634-646.
- Kurita Isamu. 1983. "Revival of the Japanese Tradition." *Journal of Popular Culture* 17 (1): 130-134.
- Miyake, Toshio. 2014. *Mostri del Giappone: Narrative, figure, egemonie della dis-locazione identitaria*. Venezia: Edizioni Ca' Foscari.
- Mock, John. 2014. "Hidden Behind Tokyo: Japan's Rural Periphery." *The Asia-Pacific Journal* 12, 12 (3).
- Morrison, Lindsay R. 2013. "Home of the Heart: the Modern Origins of Furusato." *ICU Comparative Culture* 45: 1-27.
- Ohara Kazuoki. 2005. "Ecomuseums in Japan Today." In *Communication and Exploration - Guiyang, China 2005 - atti convegno*, edited by Su Donghai, Zhang Jinping, Peter Davis, Hugues de Varine and Maurizio Maggi, 131-139. Trento: Giunta della Provincia autonoma di Trento.
- Reader, Ian. 1987. "Back to the Future: Images of Nostalgia and Renewal in a Japanese Religious Context." *Japanese Journal of Religious Studies* 14 (4): 287-303.
- Rea, Michael H. 2000. "A Furusato away from Home." *Annals of Tourism Research* 27 (3): 638-660.
- Robertson, Jennifer. 1987. "A Dialectic of Native and Newcomer: The Kodaira Citizens' Festival in Suburban Tokyo." *Anthropological Quarterly* 60 (3): 124-136.
- Robertson, Jennifer. 1988. "Furusato Japan: The Culture and Politics of Nostalgia." *International Journal of Politics, Culture and Society* 1 (4): 494-518.
- Rojek, Chris, and Urry John, eds. 1997. *Touring Cultures: Transformation of Travel and Theory*. London: Routledge.
- Seaton, Philip. 2007. "Family, Friends and Furusato: 'Home' in the Formation of Japanese War Memories." *Japan Focus*. <http://www.japanfocus.org>.
- Thompson, Christopher S. 2004. "Host Produced Rural Tourism: Towa's Tokyo Antenna Shop." *Annals of Tourism Research* 31 (3): 580-600.

Sitografia:

- Background, Suicide victims: Female-Male. <http://stats-japan.com/> (ultimo accesso: 06-07-2015).
- Education, National Achievement Test. <http://stats-japan.com/> (ultimo accesso: 06-07-2015).

- Inada, Miho, and Wakabayashi Daisuke. 2012. “The Life and Times of Japan’s Mascots” *Japan Real Time*, December 26. <http://blogs.wsj.com/japanrealtime> (ultimo accesso: 20-01-2015).
- Ministero degli Affari Interni e della Comunicazione, Censimento della popolazione 2010. <http://www.stat.go.jp> (ultimo accesso: 20-12-2014).
- National Trust, Hill Top. <http://www.nationaltrust.org.uk/hill-top/> (ultimo accesso: 18-01-2015).
- Tourism PEI, Anne of Green Gable. <http://www.tourismpei.com/pei-anne-vacation> (ultimo accesso: 18-01-2015).

Michela Cavaglià si è laureata con lode in Lingue e Culture dell’Asia e dell’Africa presso l’Università degli Studi di Torino con una tesi riguardante i rapporti tra *furusato*, tradizione e identità nazionale nel Giappone globalizzato. Attualmente frequenta il Corso di laurea magistrale in Scienze linguistiche presso il medesimo Ateneo.