



Università
Ca' Foscari
Venezia

Corso di Laurea Magistrale
(ordinamento ex D.M. 270/2004)

in Antropologia Culturale,
Etnologia, Etnolinguistica

Tesi di Laurea

La Sfida degli Hawker Centres

Etnografia di un mercato alimentare di Singapore:
paesaggi sensoriali e esperienze identitarie

Relatore

Ch. Prof. Gianluca Ligi

Correlatori

Ch. Prof. Giovanni Dore

Ch. Prof. Francesco Vallerani

Laureando

Claudia Squarzon

Matricola 829980

Anno Accademico

2016 / 2017

Indice

Introduzione	9
Capitolo I – CONOSCERE SINGAPORE	
1. Un piccolo puntino rosso vincente	21
2. Inquadramento geografico.....	24
3. Inquadramento storico: “ <i>From third world to first</i> ”	29
4. Eterogeneità sociale, teorie politiche e prassi: il modello CMIO	42
5. Una “cleaned city”: da <i>hawkers</i> a <i>hawker centres</i>	51
Capitolo II – STUDIARE I MERCATI ALIMENTARI: LINEE TEORICHE GUIDA	
1. L’interesse antropologico per i mercati alimentari	63
2. Corporeità e sensorialità come proposta metodologica etnografica.....	69
3. Lo studio relazionale dei luoghi	81
4. Il cibo come veicolo d’identità e fattore di autenticità.....	95
5. Guardare all’identità “in atto” attraverso i sensi, i luoghi e il cibo	111
Capitolo III – LA QUOTIDIANITA’ VIBRANTE DEGLI HAWKER CENTRES	
1. Entrare negli <i>hawker centres</i> : il percorso fino alla scelta del Dunman food centre.....	119
2. Il <i>kampong</i> di Joo Chiat: tra storia e modernità	129
3. Il carattere autentico degli <i>hawker centres</i>	143
3.1. I luoghi	143
3.2. Le ricette.....	148
4. Un paesaggio sensoriale nuovo	157

5. Il Dunman food centre	169
5.1. Il luogo	169
5.2. I chioschi e le ricette.....	176
5.3. Le persone	195
5.4 Le giornate.....	201

Capitolo IV- LO STALL 19: DUNMAN ROAD CHAR SIEW WANTON MEE

1. La scelta di un solo chiosco e questioni etiche.....	213
2. Steven, il suo chiosco e il Dunman food centre	219
3. Azioni quotidiane, pratiche e gesti tecnici	228
4. <i>Char siew wanton mee</i> : la ricetta	236

Conclusione.....	251
------------------	-----

Appendici	271
-----------------	-----

Interviste.....	271
-----------------	-----

Immagini e fotografie	303
-----------------------------	-----

Bibliografia.....	315
-------------------	-----

Sitografia	331
------------------	-----

A Domenico

AVVERTENZE LINGUISTICHE

Nel corso di tutta la lettura si noterà la presenza di alcune trascrizioni di termini o espressioni cinesi. Il cinese è una lingua tonale, caratterizzata da un sistema a quattro toni che, nella grafia moderna in caratteri latini (il cosiddetto pīnyīn, introdotto nel 1956 da Zhou You Guang) si esprime mediante segni diacritici posti sopra le vocali. Per questo motivo si riporteranno sempre le parole in caratteri cinesi, la trascrizione pīnyīn, e la traduzione in italiano.

Inoltre, per una migliore comprensione è bene dare una breve spiegazione della situazione linguistica di Singapore. Le lingue ufficiali del paese sono quattro: l'inglese, il cinese mandarino, il malese e il tamil. Per ragioni storiche la lingua nazionale di Singapore è il malese, utilizzato anche per l'inno nazionale. Dall'anno dell'indipendenza dall'Inghilterra, nel 1965, l'inglese è la lingua ufficiale utilizzata dall'amministrazione pubblica ed è ampiamente diffuso anche fra la popolazione. I cartelli stradali e le pubblicazioni ufficiali sono in lingua inglese solitamente accompagnate dalla traduzione nelle altre lingue ufficiali. La forma locale e dialettale dell'inglese, quella più diffusa nella lingua orale, è il cosiddetto *singlish*. Il *singlish* ha molte caratteristiche in comune con le lingue creole, avendo incorporato termini e forme grammaticali dei dialetti cinesi (*hokkien*, *teochew*, *hakka* e cantonese), del *malay* e del *tamil*. Il *singlish* è parlato nella vita quotidiana ma è invisibile nelle occasioni ufficiali. Il vocabolario di questo cosiddetto "inglese colloquiale singaporiano" consiste di parole originarie inglesi, *hokkien*, *teochew*, *hakka*, cantonesi, malesi, e *tamil*, e ancora, in misura minore, di lingue europee e sinitiche. Le sue radici risalgono al periodo coloniale (1946-1963). Proprio in questo periodo iniziò a prendere forma il variopinto ambiente linguistico-culturale singaporiano, poichè le diverse popolazioni approdate a Singapore, oltre alle proprie radici culturali e ai propri costumi, portarono nella "Città del Leone" anche le proprie lingue e i propri dialetti. Ovviamente, in un ecosistema linguistico-culturale all'interno del quale sono contestualmente presenti più di una ventina di idiomi differenti, le interferenze linguistiche sono inevitabili. Nonostante le accanite campagne governative volte a contenere l'uso del *singlish* tra la popolazione locale, tale realtà linguistica, si conferma come un imprescindibile ed estremamente funzionale collante per l'integrazione dei diversi gruppi etnici, e uno spazio di testimonianza delle radici linguistiche e culturali delle diverse popolazioni che nel tempo hanno caratterizzato Singapore.

Nel corso della ricerca sul campo le lingue usate nelle interviste sono state l'inglese e il cinese mandarino. L'inglese riportato nelle interviste trascritte è volutamente lasciato originale, si tratta di inglese con tratti di *singlish*. Si è reso, tuttavia, necessario un breve approfondimento di alcune terminologie in ambito culinario, in particolare dei nomi dei piatti preparati negli *hawker centres*. I nomi delle ricette rappresentano la sintesi linguistica dell'incontro tra la cultura cinese del sud e i suoi dialetti, e la lingua malese autoctona. Nel testo si troveranno i nomi originali dei piatti, con la spiegazione in nota della traduzione, sia essa di derivazione cinese o malese, seguita dal procedimento di preparazione, come osservato dalla sottoscritta o nel modo in cui mi è stato spiegato dagli *hawkers*.

Introduzione

Sono atterrata a Singapore da sole poche ore. Scrivo queste righe per non far affievolire le sensazioni che ho provato e cerco di descriverle a parole, per quello che si può trasmettere a parole dell'esperienza corporea e mentale dell'“atterrare” in un posto del tutto sconosciuto. Ho un entusiasmo tale, dato da questa partenza, che nemmeno il *jet-lag* mi tranquillizza, e temo perfino di non chiudere occhio stanotte. Sento quelle vibrazioni di vitalità frizzante dentro che il partire per vivere un posto per alcuni mesi mi ha sempre dato. Amo partire, amo la sfida con me stessa nell'imparare ad ambientarmi e a stare bene ovunque io sia, anche se ogni volta è un re-imparare. Mi è capitato più volte, negli ultimi anni di studio, di soggiornare all'estero per lunghi periodi, ed è il percorso stesso per trovare la mia dimensione in un luogo nuovo, è lo stesso luogo nuovo, del quale mi devo “riempire” in fretta, che mette in moto in me numerosi stimoli. Sono le nuove persone che incontro, le quali contribuiscono a farmi sentire piano piano parte di una comunità prima così lontana, che mi permettono di stupirmi sempre e di sentirmi riempita di vita. Tutto ciò mi dà una grande energia. Mi piace impregnarmi come una spugna dell'aria nuova, ricordo quella inquinata di Pechino e quella gelida della Svezia. Gradualmente, da un posto all'altro, mi rendevo conto di quanto le caratteristiche del luogo dove mi trovavo influenzassero il mio essere, o meglio il mio esserci. Il mio sentirmi o meno parte di quell'insieme indefinibile di persone, oggetti,

rumori, odori, spazi, colori, climi e infiniti altri dettagli che formano l'ambiente dove avviene la quotidianità.

Ora che mi trovo a terminare la prima tappa del mio percorso di studi in antropologia, che mi ha dato gli strumenti e l'opportunità di riflettere e vivere concretamente l'incontro con l'"altro" e il "nuovo", per poi regalarmi d'effetto una parallela riflessione su me stessa e la mia storia, trovo sia importante che questo mio lavoro sia testimonianza di entrambe le scoperte. La scoperta dell'altro nel caso del luogo e delle persone di Singapore, del mio quartiere Joo Chiat, del mercato campo del mio lavoro Dunman food centre, della Malesia, e del Sud-est asiatico. Della scoperta di me e del contesto in cui vivo, giunta di riflesso nel cercare di entrare a far parte di un altro ambiente culturale, di dividerne le abitudini e le azioni quotidiane.

Ero atterrata a Singapore da sole poche ore. E avrei vissuto in questa piccola isola città-stato per i successivi sei mesi.

Ho lasciato un'Italia di fine settembre, dove nel nord-est in cui vivo l'afa comincia a lasciare spazio a quelle sere d'inizio autunno in cui ci vuole una felpa. La valigia per vivere sei mesi ai 150 chilometri dall'Equatore di Singapore è leggerissima, solo indumenti freschi e un k-way per l'annunciato periodo dei monsoni, tra novembre e dicembre. Volo le dodici ore che separano l'Europa dal Sud-est asiatico, e all'arrivo sento la pelle del viso raggrinzita dall'aria di plastica dell'aereo e gli occhi gonfi e rossi di stanchezza. Indosso dal viaggio un maglione di cotone, ancora assopito dal fresco dell'aereo, e penso di toglierlo una volta a

contatto con i trenta gradi tropicali che mi aspettano. Il mio amico Yin Wei, nato e cresciuto a Singapore, mi accoglie nella zona “Arrivals” dell’aeroporto. Prendiamo il treno della MRT, *Mass Rapid Transportation*, che collega facilmente l’aeroporto Changi alle varie *towns* (chiamate anche quartieri per le dimensioni limitate), le città di questo piccolo stato della grandezza di metà Roma. La *town* dove si trova la mia sistemazione si chiama Joo Chiat, poco lontano dalla costa, nella *est-Singapore*. Un pittoresco quartiere dove rimangono intatte le vecchie case coloniali, coloratissime e decorate in un mix di stili. Osservo dai vetri del treno le primissime immagini di Singapore, mentre dopo due anni trascorsi dal nostro Erasmus in Svezia, chiacchiero con il mio amico, e ricordo il suo inglese molto formale, l’“inglese-di-Singapore”. Più cerco di focalizzarmi sull’esterno più rimango stupita dall’interno del vagone: pulito e silenzioso, quasi nuovo, intatto, con poche persone. Faccio caso a una famiglia dai tratti indiani, mamma, papà e bambina, in mezzo a una decina di persone tutte dalla fisionomia cinese. E mi chiedo se siano indiani o singaporiani. Non c’è paragone con le metropolitane cinesi, che quasi creano il panico dall’affluenza di persone, nonostante, per le dimensioni del paese, la densità demografica sia molto elevata anche qui. L’aria fredda dell’aria condizionata contribuisce a distogliere la mia attenzione dalla città che scorre attraverso i vetri della metropolitana e, oltre al maglione, indosso una sciarpa intorno al collo, destando lo stupore e il sorriso di Yin Wei, assolutamente a suo agio nella sua t-shirt, e noto essere l’unica persona nel treno che indossa qualcosa oltre al primo strato, necessario, d’indumenti.

Arriviamo alla nostra fermata, ma siamo sotto terra, e ancora l'aria è fresca. Saliamo le scale mobili per uscire e improvvisamente eccolo: percepisco lo sbalzo di temperatura che tanto avevo immaginato. Dai venti gradi secchi del sottosuolo metropolitano arieggiato artificialmente agli oltre trenta gradi umidi in cui piombiamo in un secondo. Vengo come inghiottita nel tempo di un respiro in questa sauna a cielo aperto che è l'atmosfera di Singapore. Un'aria densa, pesante, calda, la sento nella gola. Non riesco ancora a definirlo ma l'aria ha un odore, come ogni posto ha il suo, e qui mi sembra simile all'aria da me respirata in Cina e, per uno strano collegamento mentale che avvicina Singapore all'Asia da me più conosciuta, ciò non mi stupisce, ma mi fa tornare alla mente l'inquinamento cinese, un ricordo infelice. Mi rendo conto dell'assurdità del mio collegamento nel momento in cui Yin Wei mi dice che siamo in pieno "periodo dell'*haze*" e, quasi scusandosi, giustifica così l'aria particolarmente pesante, il caldo intollerabile e il cielo bianco, in cui il sole è coperto da un velo. L'*haze* (inglese per foschia) è purtroppo entrata nel lessico comune delle persone per descrivere la situazione atmosferica di Singapore tra agosto e ottobre, periodo in cui in Indonesia vengono bruciati illegalmente ettari di palme da cocco, per velocizzare la produzione di olio di palma. Normalmente, mi promette il mio amico, il cielo di Singapore è limpido, il sole splende, e il caldo afoso si sopporta meglio. Finalmente tolgo il mio maglione, in pochi minuti comincio a sudare stando ferma e sento le gocce che scivolano tra la pelle e la maglietta. Ho appena il tempo di lasciare i miei bagagli nella nuova casa, perché la serata prevede una prima cena in un famoso *hawker centre*, una sorpresa inaspettata di Yin Wei.

Gli *hawker centres* o *food centres* sono centri, che nel corso di questo lavoro indicherò spesso col termine mercati, in cui si prepara e consuma del cibo, il cibo cosiddetto *hawker*, quello che ovunque ho letto essere la cucina tipica di Singapore: sono questi i luoghi che diventeranno il vero campo della mia ricerca e Yin Wei, sapendolo, mi ci porta la sera stessa del mio arrivo. Voglio scoprire perché questi mercati sono diventati il simbolo nazionale di cosa significa “essere singaporiani”, perché ovunque io abbia cercato notizie riguardo la vita quotidiana dei singaporiani vi siano come riferimento questi luoghi, perché il mio amico Yin Wei, a conoscenza del mio interesse per i temi che riguardano le dinamiche sociali legate alla preparazione e al consumo del cibo, mi abbia parlato degli *hawker centres* già a miglia di distanza, quando ancora eravamo in Svezia prima, e nella nostra corrispondenza post-Erasmus poi. Voglio capire in che modo e perché i luoghi plasmano l’identità delle persone che li vivono, perché esistano luoghi simbolo di una certa comunità, perché, nel caso di Singapore, sono proprio gli *hawker centres*, luoghi che hanno a che fare con il consumo di piatti definiti nazionali, quindi anch’essi identitari, ad essere uno dei simboli non solo della vita quotidiana, ma anche della storia dei singaporiani, dei cambiamenti che questa nazione ha vissuto in soli cinquant’anni d’indipendenza, ma allo stesso tempo di ciò che la tiene legata alle radici passate.

Questo lavoro studia come l’identità di un paese particolare quale Singapore si è creata e trasformata, nel corso della sua giovane storia, fino ad essere incorporata nello spazio di questi mercati alimentari. La tesi che sostengo è che l’identità singaporiana *sta* nei mercati

hawker centres. La ricerca sul campo svolta in uno di questi luoghi mi permette di affermare che essi sono diventati il simbolo nazionale di cosa significa “essere singaporiani”. L’assenza di aria condizionata, il fatto che siano in luoghi non completamente chiusi, che comunicano con l’esterno, dove i tavoli sono comuni e si condividono anche tra sconosciuti, dove la varietà dei piatti e delle persone che li gustano e li preparano ben rappresenta la varietà etnica dell’isola: queste sono tutte caratteristiche che interagiscono con il processo di costruzione e riproduzione di un’identità nazionale.

Singapore è nata multiculturale ed è sempre stata esposta ai contatti esterni, ancora prima del lungo periodo di colonizzazione britannica. Due sono i fattori principali che nella breve storia di cinquant’anni hanno fortemente interagito con il consolidamento di una sua identità: la storica multiculturalità e la rapidissima ed esponenziale modernizzazione. Questo processo è avvenuto in tempi brevissimi in seguito alle volontà del governo post-colonizzazione, stimolato dall’esempio britannico, e da allora la crescita non si è mai fermata. I cambiamenti pro-modernizzazione voluti dalla classe dirigente hanno avuto e hanno tuttora come motore che li spinge il desiderio di miglioramento continuo, della costante ricerca e della concreta realizzazione di elementi di modernità e avanguardia. Lo si percepisce camminando per le strade, dove il rumore di lavori in corso, o i cantieri di costruzione di nuovi edifici e di smantellamento di quelli vecchi sono all’ordine del giorno. In questa situazione, la popolazione autoctona vive una sorta di *displacement*, di crisi identitaria data dal fatto di non riconoscere più i luoghi dell’infanzia, di doversi inevitabilmente adattare a

questa velocità senza freni. I singaporiani sono instancabili lavoratori, sempre *on the move*, molto pragmatici e diligenti, ma nel profondo sentono il netto distacco col passato, ne hanno nostalgia e ammettono che la vita a Singapore è *fast and stressing*. Gli *hawker centres*, presi in considerazione in questo lavoro, e altri luoghi simili chiamati *coffeeshops*, rappresentano tra i pochi luoghi rimasti che danno risposte alle insicurezze e ridanno forma a quell'identità che Singapore cerca di ricostruire, anche attraverso campagne di valorizzazione. «In a society that has undergone extraordinary change in a relatively short time, food serves as a connection to a paradoxically ever-changing past» (Tarulevicz, 2013:3). E il *food* di cui si parla è l'*hawker food*, quello che si prepara nei luoghi studiati in questa ricerca, dove ancora si percepisce com'era Singapore prima delle influenze occidentali e della modernizzazione.

Ribadisco che i fattori di criticità nel mantenimento di un'identità singaporiana sono stati la multiculturalità della popolazione e la velocità del cambiamento legata alla tensione al miglioramento continuo. Questi fattori hanno contribuito a mettere in discussione la stessa idea d'identità nazionale a Singapore. Presenterò quindi i fatti storici e le caratteristiche politico-sociali che hanno portato ad essi, caratterizzandoli. Dimostrerò, infine, che alcuni luoghi tipici, in primis gli *hawker centres* studiati approfonditamente, ma anche altri, sono luoghi che giocano a ricreare uno spazio di costruzione d'identità. Tentando di presentare anche aspetti della Singapore da me conosciuta e vissuta, lontana dai pregiudizi che la inquadrano quasi esclusivamente come potenza economica, e cercando di colmare la carenza di letteratura italiana riguardo quest'area, procederò unendo l'analisi etno-storica, frutto di

fonti scritte e archivi storici, con l'interpretazione basata sulla ricerca sul campo svolta in uno dei 109 mercati dell'isola, scelto dopo una selezione in base a criteri di accessibilità. Un inquadramento di tipo storico-geografico si rende indispensabile per giungere all'analisi dell'attuale situazione degli *hawker centres* di Singapore. Il progetto di costruzione di questi mercati è recente, a partire dalla seconda metà degli anni '60 del Novecento quando, appena decisa l'indipendenza dal territorio malese, Singapore iniziò il suo percorso dal «terzo al primo mondo», nelle parole di Lee Kuan Yew, primo ministro dal 1965 al 2013. Una serie di progetti per «civilizzare e modernizzare» (Lee, 2000), comprese l'eliminazione dei venditori abusivi dalle strade dell'isola, chiamati *hawkers*, cambiando radicalmente non solo le abitudini della popolazione nel modo di mangiare, ma modificando anche visivamente l'assetto fisico delle strade e delle zone urbane. Procedendo quindi parallelamente tra lo sguardo analitico e l'esperienza etnografica discuterò il concetto d'identità come costantemente in costruzione e non fisso, rendendolo concreto il più possibile nella realtà delle abitudini alimentari e di convivialità che emergono quotidianamente nei *food centres*. Tra gli elementi che interagiscono con la costruzione, il mantenimento e la ricostruzione dell'identità nazionale troveremo, oltre al luogo fisico del mercato, i prodotti, i piatti nazionali e le svariate ricette di cui è ricca la cucina del territorio, definita tipica solo nel caso di quella dei *food centres*, nei quali vengono mantenute orgogliosamente le ricette autentiche e le sensazioni particolari che, insieme alla peculiarità del luogo, fanno emergere e contribuiscono a rendere familiare e identitaria l'esperienza dell'*hawker food*.

Da estranea mi sono gradualmente avvicinata a uno di questi mercati, il Dunman food centre, con il quale ho costruito un rapporto familiare solo nel tempo, interagendo con lo spazio fisico, le persone e le ricette. Ho potuto così confrontare diversi *hawker centres* e la campagna che li denomina “luoghi tipici”, con uno in particolare, vivendone la quotidianità da vicino. L’analisi del luogo ha seguito i diversi livelli analitici dell’antropologia dello spazio, procedendo con la descrizione fisica, seguita dalle storie di vita delle persone legate al luogo, e infine con l’osservazione e la comprensione delle pratiche e dei gesti tecnici che vi si svolgono quotidianamente.

La trattazione è suddivisa in quattro capitoli. Nel primo capitolo, partendo dalla presentazione del contesto storico-geografico dove si è svolta la ricerca, delinea la storia dei mercati *hawker centres*, sottolineando il passaggio dei chioschi dalla strada ai mercati coperti. Il secondo capitolo è interamente dedicato al contesto teorico in cui si inserisce il lavoro. Il paragrafo introduttivo presenta l’importanza dello studio dei mercati come campi estremamente interessanti dal punto di vista antropologico. Segue l’esplorazione del recente dibattito teorico sulla corporeità e la sensorialità nell’ambito della ricerca etnografica. Esplorando il concetto di identità in antropologia, rifletto su come i luoghi influenzino e contribuiscano a plasmare le identità, che, essendo un fatto sociale, esposte al contatto con l’esterno, non sono mai fisse ma fluide. Anche le abitudini alimentari, le ricette e le preparazioni fanno parte della cultura che caratterizza una data comunità e ne definisce i tratti identitari. Inserendo la mia ricerca nel dibattito, sempre più attuale, dell’antropologia del cibo,

esplorerò quest'ambito a proposito di ciò che è emerso nel seguire il mercato quotidianamente. Il concetto di identità verrà problematizzato al punto da ipotizzare un nuovo approccio al tema nel caso degli *hawker centre* di Singapore, in una sintesi che porta l'analisi del luogo, la generale e personale riflessione sull'implicazione fisica sul campo, e lo studio sociale del cibo, ad essere un intreccio di elementi che mi hanno spinto a definire l'identità singaporiana come "identità in atto". Il terzo e quarto capitolo trattano dell'etnografia vera e propria. Nel terzo capitolo descrivo il mercato in tutta la sua complessità: la descrizione fisica, le percezioni e le rappresentazioni delle persone attraverso le interviste e le pratiche e i gesti tecnici caratteristici. Il quarto capitolo si concentrerà infine nel racconto della vita quotidiana e della storia di un chiosco scelto.

Come base fondante di tutto il lavoro intendo far emergere l'importanza del livello sensoriale e corporeo che una ricerca svolta in un mercato, ma in generale ogni etnografia, deve a mio avviso presentare. Come accennato all'inizio, le emozioni che scaturiscono dal vivere un luogo, dall'entrarci a contatto e dal volervi diventare familiare, sono generate in primo luogo dal rapporto di noi stessi con il luogo. Il forte caldo, la conseguente spossatezza, il costante sudare, respirare l'aria fumosa dell'*haze*, l'abituarsi a mangiare in modo diverso, ma anche le strade, i rumori e i ritmi nuovi di Singapore, hanno sconvolto per prima cosa il mio corpo, il mio sistema biologico, e solo in un secondo momento, dall'elaborazione delle sensazioni fisiche, ho riflettuto sulle implicazioni emotive e mentali, anch'esse parte fondamentale delle prime fasi di un campo. La soggettività non può e non deve essere messa

da parte. Quello che porta al sentirsi parte del luogo è un percorso, un percorso che richiede tempo, predisposizione, apertura, flessibilità, intraprendenza, curiosità e la voglia di lasciarsi “spostare” dal campo, tutte cose che s’imparano grazie al campo stesso. Nel mio caso discuterò come siano anche e soprattutto le sensazioni che un luogo fa scaturire, a contribuire al processo di formazione di identità. Essere o meno familiari a un certo tipo di rumori, odori e sapori è legato a quanto si è esposti agli stessi. Da estranea ho avuto prova concreta di come, frequentando giorno dopo giorno il mercato, io ne sia diventata gradualmente familiare, poiché le sensazioni inizialmente percepite in quanto nuove, col tempo sono diventate familiari anch’esse, rendendomi sempre di più parte del luogo. La nuova scuola dell’antropologia dei sensi sarà il filo conduttore di tutto il lavoro, nel quale rilevo l’importanza del livello esperienziale, a partire da un’antropologia *dal* corpo (Malighetti, Molinari, 2016:187).

CAPITOLO I

Conoscere Singapore

1. *Un piccolo puntino rosso vincente*

Il 9 agosto 2015, poche settimane precedenti il mio arrivo, Singapore ha celebrato i cinquant'anni della sua indipendenza dalla Malesia, nell'anno 1965. In questa data, il momento della dichiarazione d'indipendenza da parte dell'allora primo ministro Lee Kuan Yew fu segnato dalle lacrime dello stesso, consapevole della grande sfida cui il paese sarebbe andato incontro. In occasione del suo discorso ai cittadini della giovane Repubblica di Singapore, a cinquant'anni da quel giorno, l'attuale primo ministro Lee Hsien Loong, figlio di Lee Kuan Yew, sottolinea il rischio che il paese stava affrontando:

No one knew if we could make it on our own. Our economy was not yet viable, much less vibrant. We had practically no resources, and no independent armed forces. Around noon on that first day, Mr Lee Kuan Yew gave a press conference on TV. He broke down halfway, unable to contain his emotions. It was, he said, "a moment of anguish".

(Lee Hsien Loong, 2015¹)

La Singapore di oggi, nonostante le cattive premesse, le ridotte dimensioni geografiche e la mancanza di risorse naturali, è una delle quattro tigri dell'Asia², un paese fortemente sviluppato, inserito fra i centri finanziari e logistici di importanza mondiale. Dotata di servizi

¹ Estratto da *Prime Minister Lee Hsien Loong's National day message in full*, pubblicato sul giornale nazionale on-line «Today» l'8 agosto 2015.

² Nome con cui si indicano, nel gergo economico, le economie di Hong Kong, Singapore, Corea del Sud e Taiwan, che tra gli anni 1960 e 1990 hanno promosso percorsi di crescita di successo.

di altissimo livello, infrastrutture modernissime e di un sistema bancario e creditizio all'avanguardia, Singapore è diventata, grazie all'elevato livello tecnologico delle proprie produzioni e alla sua posizione nodale per i traffici marittimi, un centro nevralgico per l'intera area asiatica, possedendo uno dei porti più trafficati al mondo, snodo per l'Oceano Indiano e l'Oceano Pacifico. La città del leone, questo il significato del nome Singapore in malese³, è ufficialmente una Repubblica, situata sulla punta meridionale della penisola malese, 150 km a nord dell'Equatore. La sua posizione essenziale per il controllo del passaggio navale degli stretti è stata la ragione della sua fondazione e della sua crescita. Crocevia di traffici sul mare e insediamento commerciale abitato fin dal XIV secolo, fu sottomessa all'Impero di Sumatra, a quello di Giava, al Sultanato di Malacca, e poi ai portoghesi, agli olandesi e infine agli inglesi. La svolta decisiva per le sorti della città avvenne nel 1819. Thomas Stamford Raffles, governatore britannico, fondò Singapore e iniziò l'epoca coloniale. Da quel momento fu il porto, con le sue esenzioni doganali, ad attirare numerosi migranti da tutta la penisola malese, ma anche dall'India e dalla Cina. Singapore divenne così una colonia fiorente e una base navale militare importante, porta dei traffici verso l'Estremo Oriente e l'Australia, attraverso

³Il nome Singapore deriva dal malese *singapura*, letteralmente "città del leone". Secondo una leggenda narrata negli Annali malesi, il principe del regno di Sumatra, Sang Nila Utama, sbarcato nel 1299, dopo una terribile tempesta, nell'isola di Temasek (letteralmente: "città del mare", il nome con cui si appellava allora l'attuale isola di Singapore), si imbatté in un leone, fatto ritenuto di buon auspicio, e vi fondò il Regno di Singapura. Per questo motivo la città viene anche indicata con l'appellativo di *Lion City*. Gli studi indicano come i leoni probabilmente non siano mai vissuti in questa regione e la bestia vista da Sang Nila Utama fosse più probabilmente una tigre della Malesia. (Abshire, 2011)

lo Stretto di Malacca. Negli Anni '50 del Novecento l'ascesa del nazionalismo favorì rivendicazioni di autonomia che portarono, nell'agosto del 1963, alla dichiarazione d'indipendenza della ex-colonia, la quale uscì dal Commonwealth Britannico e si unì alla Federazione della Malesia. L'assetto durò poco, e il 9 agosto 1965 Singapore si proclamò indipendente, iniziando in un terreno difficile l'ascesa che dura inalterata fino a oggi (Turnbull, 1977). Le dimensioni limitate, unite alla grande forza che questa piccola isola-stato ha dimostrato nel corso della sua storia fino ad oggi, le hanno fatto ottenere l'appellativo di *little red dot*, piccolo puntino rosso. Termine spesso usato nei media, si riferisce al modo in cui la nazione viene raffigurata nelle cartine geografiche del mondo e dell'Asia come fosse solo un punto rosso, e, in effetti, Singapore è molto più piccola rispetto ai suoi vicini del Sud-est asiatico. Il termine ha guadagnato ampia pubblicità quando l'ex presidente indonesiano Jusuf Habibie lo usò per riferirsi a Singapore in quello che sembrava essere un modo denigratorio⁴. Al contrario, il termine fu rapidamente adottato da politici e comuni cittadini singaporiani, con grande orgoglio e senso di successo nazionale nonostante i limiti fisici e, perfino il giubileo d'oro, i 50 anni d'indipendenza del paese, si è celebrato con il simbolo "SG50" (Singapore 50) raffigurato all'interno di un punto rosso (fig.1).

⁴ Nell'articolo on-line della rivista «The Economist», intitolato "A Little Red Dot in a sea of green", si racconta che nel 1998 il presidente dell'Indonesia Bacharuddin Jusuf Habibie fu citato nei giornali per aver proclamato di non considerare Singapore come uno stato amico. E per aver dichiarato, puntando il dito su una cartina geografica: «It's ok with me, but there are 211 million people [in Indonesia]. All the green [area] is Indonesia. And that red dot is Singapore». Tuttavia, con uno speciale mix di orgoglio e ansia, Singapore ha adottato l'espressione *little red dot* come suo motto.

Nei paragrafi successivi andrò a spiegare la storia di Singapore al fine di rilevare come i fenomeni dello storico “multiculturalismo” e della rapida modernizzazione abbiano plasmato le caratteristiche del paese fino a renderlo ciò che si presenta oggi. Come si è trasformato da un paese del terzo mondo, qual era fino agli anni '50, a un paese all'apice dell'economia mondiale? Una serie di fattori sono stati accreditati come causa del rapido sviluppo. Primo fra tutti la guida astuta della leadership di Lee Kuan Yew, il primo ministro che portò un piccolo villaggio di pescatori a essere una delle metropoli più ricche e cosmopolite del mondo, e per questo investito dell'appellativo di padre fondatore di Singapore.

Iniziando dal contesto geografico in cui si è svolta la ricerca, e quindi da un macro sguardo alla regione del Sud-est asiatico fino all'arcipelago di isole in cui si trova Singapore, proseguendo con il contesto storico che aiuta a comprendere la situazione attuale, non potevo tralasciare un ultimo paragrafo dedicato al contesto sociale singaporiano, per evitare qualsiasi retorica all'ormai “stuprato” concetto di “multiculturalismo”.

2. Inquadramento geografico

Il Sud-est asiatico è una regione dell' Asia situata a sud della Cina e a nord dell'Australia, tra l'Oceano Indiano e l'Oceano Pacifico. In essa include 11 Stati: Brunei, Cambogia, Indonesia, Laos, Malesia, Birmania, Filippine, Singapore, Thailandia, Timor Est e Vietnam (fig.2). Tra questi, Singapore si trova all'estremità della penisola malese, nel punto

più angusto dello Stretto di Malacca, la più breve rotta marittima tra l'India e la Cina (fig.3). E' uno stato insulare costituito da 63 isole minori. L'isola principale in lingua malese è detta Pulau Ujong, isola alla fine della terra, perché si trova sulla punta della penisola malesiana (fig.4). Le sue dimensioni limitate coprono una superficie di soli 641 km², che con oltre cinque milioni di abitanti, fa di Singapore uno dei paesi più densamente popolati al mondo. Proprio a causa delle sue ridotte dimensioni e dell'ingente numero di abitanti, il paese promuove lavori di bonifica attraverso il prelievo di terra dalle proprie colline, dai fondali marini e dai paesi limitrofi per aumentare lo spazio disponibile e abitabile (Choon, Pakir, Chee-Kiong, 2004). La stima è che la superficie del Paese possa crescere di altri 100 km² entro il 2030⁵.

Trovandosi vicino all'Equatore, il clima di Singapore è tropicale, con temperature molto calde. La temperatura giornaliera e l'umidità sono elevate, con una media di 31 ° C e un'umidità del 70 e 80 per cento. La pioggia cade durante tutto l'anno, ma è più pesante durante l'inizio del periodo dei monsoni da nord-est, tra novembre e gennaio. La piovosità media annua è di 237 centimetri, e gran parte della pioggia cade in acquazzoni improvvisi (Choon, Pakir, Chee-Kiong, 2004). Questo particolare clima tropicale, che rimane inalterato durante l'intero anno e nel corso di una giornata, è stato il primo fattore con cui il mio corpo, abituato alla variazione climatica, ha dovuto familiarizzare. Anche se piccola nelle dimensioni, l'isola ha una topografia variegata. Al centro una serie di colline granitiche il cui

⁵ Singapore Government, Ministry of National Development, Land Use Plan 2015.

punto più alto è il Bukit Timah Peak (165 m). Le regioni occidentali e sud-occidentali sono composte da una serie di creste basse ma ripide, tendenti da nord-ovest verso sud-est. A est il territorio è generalmente pianeggiante, a causa dei flussi alluvionali che hanno tagliato valli e gole scoscese. L'isola è bagnata da un gran numero di brevi flussi d'acqua, alcuni dei quali sfociano nel mare attraverso paludi di mangrovie, lagune, o ampi estuari. In origine il territorio era coperto da foreste pluviali tropicali e paludi di mangrovie, ma a partire dalla fondazione di Singapore nel 1819, il paesaggio naturale è stato alterato per mano umana, in un processo che ha visto una rapida accelerazione negli anni 1970 e 1980. Nel 1988, la superficie costruita rappresentava il 50 per cento del territorio, e la rimanente foresta pluviale copriva solo il 2,5 per cento del territorio. Oggi, solo tre riserve d'acqua e l'area del loro bacino conservano un frammento della foresta tropicale originaria, occupando il centro dell'isola. Tra il 1965 (anno dell'indipendenza) e il 1987, un'estesa bonifica del territorio ha aumentato le dimensioni di Singapore da 586 km² a 636 km². Le colline sono state livellate, le paludi prosciugate e riempite di terra, e molte delle circa cinquanta isole dell'arcipelago di Singapore e degli scogli costieri sono stati ampliati o uniti per formare nuove grandi isole adatte per impieghi industriali. Le raffinerie di petrolio di Singapore si trovano sulle isole al largo, e altre piccole isole sono utilizzate per artiglieria militare (Choon, Pakir, Chee-Kiong, 2004).

Nel corso degli anni 1970 e 1980, con l'aumento di terra utilizzabile disponibile, le autorità municipali promossero la creazione di parchi e giardini, furono piantate decine di

migliaia di alberi ed arbusti ornamentali, completando così la trasformazione del paesaggio naturale. Rendere la città un'oasi di verde per cittadini e visitatori fu centrale nella visione del governo post-indipendenza di Lee Kuan Yew. Egli desiderava una Singapore prospera, pacifica e sicura, la migliore casa possibile per tutti i singaporiani. Il gesto di Mr. Lee che pianta un albero nel giugno 1963, spingendo per uno sforzo nazionale verso la piantagione di alberi è esplicativo. Serviva per rendere concreta la *garden city vision* del primo ministro⁶, includendo nel processo di modernizzazione un'abbondante vegetazione lussureggiante e un ambiente pulito. La presenza di un ampio verde in un contesto ordinato avrebbe reso Singapore una città ben organizzata e, quindi, una buona destinazione per i turisti e gli investimenti stranieri. Già si percepisce come Singapore sia stata pianificata meticolosamente in ogni aspetto per diventare la città all'avanguardia che è oggi. L'aspetto dell'ordine e della pulizia sarà centrale anche nella formazione degli *hawker centres* (cfr. paragrafo 5).

Singapore è una piccola città-stato con un numero limitato di risorse naturali. La sua posizione strategica e il porto naturale che si è sviluppato lungo le coste sono stati i due fattori aiutanti. Trovandosi alla foce dello Stretto di Malacca, attraverso il quale passa circa il 40 per cento del commercio marittimo mondiale, era un importante centro commerciale già nel XIV secolo (Abshire, 2011). Si possono, quindi, definire come principali risorse naturali di Singapore la sua posizione e il porto (oltre alle dimensioni limitate, che facilitano il controllo

⁶ La *garden city vision* è stata introdotta da Lee Kuan Yew l'11 maggio 1967. Questa visione gli ha procurato l'appellativo di *chief gardener* (capo giardiniere) di Singapore. Come riporta l'articolo "S'pore to become beautiful, clean city within three years", «The Straits Times», maggio 1967, p. 4.

e i cambiamenti di un paese). Il porto, situato all'estremità strategica dello Stretto di Malacca, è uno dei più importanti al mondo. Si tratta di un punto focale per circa 400 linee di navigazione, che collegano Singapore a più di 700 porti in 130 paesi in tutto il mondo (Choon, Pakir, Chee-Kiong, 2004). Negli ultimi due decenni è diventato sempre più specializzato nel traffico di containers. La mancanza di risorse naturali nel territorio significa che quasi tutto deve essere importato utilizzando tali containers. Essi contengono cibo, materiali da costruzione, prodotti congelati, farmaci e tutto ciò di cui i cinque milioni di abitanti hanno bisogno ogni giorno. In un articolo del canale on-line *Channel New Asia* si legge: «In 2014, PSA⁷ handled 33.5 million containers, that is enough to encircle the globe four times»⁸ e, camminando lungo la costa attraverso l'East Road Park, la zona in cui ho vissuto per i sei mesi di questa ricerca, si aveva la netta percezione di questo traffico marino guardando le acque sempre colme di navi da carico, a poca distanza dalle spiagge.

Parlerò in seguito della caratteristica eterogeneità etnica di Singapore, e quindi del suo contesto sociale, ma ci tengo a sottolinearne un aspetto. Nonostante la maggior parte della popolazione sia di origine cinese, è fortemente sbagliato confondere Singapore con la Cina, errore che grazie a questa ricerca ho scoperto essere molto più frequente di quanto si possa immaginare. Non solo esiste una distanza geografica di oltre 3.000 chilometri tra i due paesi, ma vi sono anche importanti differenze di tipo culturale che li caratterizzano e distanziano. I

⁷ La PSA (Port of Singapore Authority) è stata fondata nel 1964 per gestire le funzioni e le attività del porto di Singapore.

⁸ *Channel New Asia*, sezione News, articolo pubblicato il 21 aprile 2015, autore Dewi Fabbri.

singaporiani sono i primi a definirsi con orgoglio “non-cinesi”, quasi con tono denigratorio. Gli stereotipi in questo caso si sprecano, come spesso accade in un paese in cui le differenze culturali sono costantemente sottolineate (cfr. paragrafo 4). Per esempio i cinesi come rumorosi, indisciplinati, chiassosi e che sputano per terra, in opposizione ai singaporiani. Inoltre, Singapore è l’unico esempio al mondo di città in cui la popolazione di origine cinese è la maggioranza (74%), ma che mantiene ancora al suo interno il quartiere di Chinatown, e ciò proprio per sottolineare la specificità singaporiana in opposizione a quella cinese. Le storie dei due paesi sono lontane anni luce e i cinesi autoctoni e i singaporiani cinesi non condividono altro se non l’etica confuciana, per lo più ricalcata, mitizzata ed esasperata in una Singapore che enfatizza la tradizione per creare identità. Approfondirò nel paragrafo 4 questo tema, legato alle peculiarità della storia e della popolazione del paese.

3. Inquadramento storico: “from third world to first”

Per restituire al meglio in questo lavoro ciò che nei primi giorni mi si è presentato agli occhi, ovvero una città completamente lontana da qualunque idea mi fossi fatta attraverso i libri o i media, inizierò con una breve storia dei fattori principali che hanno trasformato Singapore da un piccolo villaggio di pescatori e palme da cocco, fino al racconto della potenza mondiale odierna, le cui caratteristiche ho già brevemente discusso, unito alla descrizione dell’impressione personale della realtà quotidiana che si percepisce nelle strade.

Con la convinzione sempre forte che nessuna ricerca etnografica possa essere compiuta tenendosi distanti dalla storia dell'area del mondo che si decide di studiare, non tratterò tuttavia una cronologia completa degli eventi. Al contrario, tratterò la storia allo scopo di chiarire due fattori che si ripresentano in ogni aspetto si decida di studiare una città-Stato asiatica dal lungo passato coloniale qual è Singapore: il concetto di “multiculturalismo” dovuto a un passato e a un presente di grandi migrazioni da paesi vicini e lontani, e la rapidissima modernizzazione, voluta e promossa dall'indipendenza fino ad oggi. Non solo sono questi i concetti che aiutano ad affrontare in seguito un discorso legato all'identità singaporiana, che vedremo di difficile definizione, ma sono anche due elementi che hanno caratterizzato la nascita e continuano a influenzare la vita quotidiana degli *hawker centres* (cfr. paragrafo 5).

Il sistema educativo di una nazione è certamente lo specchio dei valori e delle posizioni che la classe dirigente vuole trasmettere (per non usare il termine inculcare) alle nuove generazioni di cittadini. Non è un caso che nel percorso di studi storici della scuola primaria e secondaria di Singapore, la storia insegnata inizi con l'anno 1819, quando Sir Thomas Stamford Raffles diede un nome ufficiale a un territorio abitato già da molto tempo, ponendo le basi per una nazione vincente.

History education has often been associated with the inculcation of citizenship values, especially in the forging of national identity. In instilling a sense of pride in the common past, the teaching of a nation's history contributes to the creation and strengthening of nationalism and national identity

(Chia, 2012:191)

L'importanza della storia nel processo di creazione d'identità nazionale è qui ribadita, fondamentale nel caso di un paese che fatica a trovare la propria come Singapore. Non è perciò da considerarsi strana l'enfatizzazione del periodo di colonizzazione britannica, poiché fu in quel periodo che Singapore cominciò a crescere e fu, inoltre, proprio l'operato inglese a influenzare la futura classe dirigente, lasciando Raffles nella mente dei singaporiani come il primo padre della patria. Oltre a ciò, essendo la storia fatta di materiale che si tramanda di generazione in generazione, il periodo d'oro inglese è quello di cui si hanno molte più informazioni, orgogliosamente riportate dagli inglesi stessi, minimizzando l'attenzione alla Singapore prima del loro arrivo. Lo studio di Adeline Sum sulla storiografia e la scrittura della storia di Singapore conclude che la storia pre-coloniale del paese è stata considerata insignificante dagli inglesi, come «[l]' esistenza di solo poche centinaia di persone indigene e l'assenza di qualsiasi sofisticata forma di società a [Singapore]. Nel 1819 (quando Stamford Raffles sbarcò a Singapore) le diede l'aspetto di una tabula rasa» (Sum, 1991:24 in Chia, 2015:52, traduzione mia). La storia pre-indipendenza di Singapore è stata interpretata

essenzialmente come storia coloniale, che valorizza esclusivamente il ruolo degli inglesi nel trasformare un piccolo villaggio di pescatori in un porto fiorente.

*Singapore pre-coloniale (1300-1819)*⁹

Degli anni prima dell'arrivo di Sir Raffles e degli inglesi non è dunque dato avere molte informazioni. Le poche fonti scritte e archeologiche testimoniano, tuttavia, che il territorio era già abitato e rappresentava probabilmente il porto del regno di Sumatra, punto di snodo storico nei viaggi commerciali di paesi vicini e lontani. Tre sono le fonti storiche principali di questo periodo: gli Annali malesi (*Sejarah Melayu*¹⁰), gli appunti di Wang Dayuan¹¹, e poche ma importanti scoperte archeologiche, per lo più di artefatti stranieri d'oro trovati sul posto, le quali confermano che Singapore era una vivace e prospera città commerciale, visitata da stranieri, già nel XIV secolo. La Singapore antica era chiamata Temasek, probabilmente da *tasik*, malese per lago o mare, e significava quindi città di mare in malese. Nella letteratura malese si parlava di un insediamento nell'isola, e l'antico nome

⁹ Per dare una più efficace articolazione utilizzerò queste tre partizioni cronologiche e tematiche: *Singapore pre-coloniale (1300-1819)*, *Sir Thomas Stamford Raffles (1781-1826)*, *Lee Kuan Yew (1923-2015)*.

¹⁰ Gli Annali malesi (malese: *sejarah melayu*, che significa genealogia dei re), sono un'opera letteraria che dà una visione romanzata dell'origine e dell'evoluzione del grande impero marittimo malese, il Sultanato di Malacca. Scritto tra il XV e il XVI secolo è considerata una delle più belle opere letterarie e storiche in lingua malese (Miksic, Gek, 2005).

¹¹ Mercante cinese e grande viaggiatore in Sud-est asiatico, scrisse il *Dao Yi Zhi Lue* (in cinese 島夷志略, *pīnyīn dǎo yí zhì lüè*, letteralmente "descrizione dei barbari delle isole"). Arrivò nel territorio di Singapore tra il 1330 e il 1340 e scrisse che appariva quale un centro di snodi commerciali, città esotica, famosa e spesso frequentata da commercianti, cinesi e pirati. Le testimonianze di Wang si ritrovano negli annali malesi: due fonti che confermano notizie storiche veritiere.

Temasek appare anche negli Annali (Miksic, Gek, 2005). In seguito, il nome del territorio è stato cambiato in Singapura. Il *Sejarah Melayu* contiene la leggenda del principe di Srivijaya,¹² che sbarcò a Temasek dopo essere sopravvissuto a una tempesta nel XIII secolo. Secondo il racconto, il principe vide una strana creatura simile a un leone (probabilmente una tigre, diffuse nel territorio). Credendo fosse un segno di buon auspicio decise di fondare in quel punto un insediamento chiamato Singapura, che significa "Lion City" in sanscrito, abbandonando il nome Temasek.

L'insediamento principale, che secondo i ritrovamenti archeologici si trovava nell'area dell'attuale *Fort Canning Park*, vicinissimo a *downtown*, continuò a espandersi e ad avere contatti con l'esterno. Presto Singapura diventò parte dell'impero di Malacca. Arrivarono i portoghesi, che nei primi anni del XVI secolo la conquistarono, e sotto il loro dominio, a cavallo tra il XVI e il XVII secolo, Singapore si caratterizzò come centro commerciale del Sultanato di Johor¹³, con periodi di ricchezza altalenanti. Nel 1641 gli olandesi occuparono Malacca e presero il posto dei portoghesi come potere europeo principale nell'arcipelago malese. Il loro scopo era monopolizzare il commercio delle spezie. Le loro politiche miopi e il duro trattamento nei confronti degli oppositori impoverirono, tuttavia, i loro fornitori e incoraggiarono il contrabbando e la pirateria. Nel 1795, l'impresa olandese in Oriente stava perdendo piede e in Europa i Paesi Bassi erano in guerra con la Francia. Il re olandese fuggì

¹² Antico regno di Sumatra.

¹³ Parte del Sultanato di Malacca prima del 1511, anno della conquista portoghese della capitale Malacca (Miksic, Gek, 2005).

così in Gran Bretagna con la quale, in preda alla disperazione, accordò che tutti i territori olandesi d'oltremare fossero temporaneamente posti sotto l'autorità britannica, per impedire loro di cadere in mano ai francesi. Da qui iniziò un periodo di competizione olandese-britannica per il controllo delle terre in Sud-est asiatico, India e Cina. Fu in particolare Sir Thomas Stamford Raffles, un governatore inglese, che nel 1818 si oppose con forza al piano del suo governo di abbandonare il controllo del commercio in Cina a favore degli olandesi (Abshire, 2011: 13-37).

*Sir Thomas Stamford Raffles (1781-1826)*¹⁴

Raffles, che aveva iniziato la sua carriera come impiegato per la *British East India Company* a Londra, fu promosso all'età di ventitré anni assistente segretario del nuovo governo a Penang, in Malesia, nel 1805. Serio studente della storia e della cultura della regione e fluente in malese, Thomas Stamford Raffles fu governatore di Java tra il 1811 e il 1816. Nel 1818, quando scoprì che gli olandesi avevano occupato l'isola di Riau, vicinissima all'isola maggiore Singapura, sostenendo che tutti i territori del sultanato di Johor erano nella loro sfera di controllo, trascurò gli ordini dei suoi superiori di attendere ulteriori istruzioni da Calcutta, sede della Compagnia delle Indie, e navigò alla volta di Singapura: conosceva la fama di Singapura dai suoi studi dei testi malesi ed era determinato a conquistarla. Ottenuta l'autorizzazione provvisoria per stabilire una stazione commerciale sull'isola, fatta salva

¹⁴ Si veda nota 12.

l'approvazione del sultano di Johor, notando il porto protetto, l'abbondanza di acqua potabile, e l'assenza degli olandesi, Raffles cominciò subito a scaricare le truppe, occupando la terra sul lato nord-est del fiume, e issò la bandiera britannica sul nuovo territorio. Riconoscendo il sultano legittimo di Johor, firmò un trattato che confermava il diritto della *British East India Company* a stabilire un posto di scambio in cambio di un pagamento annuale al sultano, e lasciò l'isola in mano a un governatore inglese, con le istruzioni di costruire una semplice fortificazione e informare tutte le navi di passaggio che nel nuovo insediamento non c'erano dazi sul commercio. Data l'opportunità di vendere forniture a prezzi elevati, il nuovo insediamento attirò rapidamente molti commercianti di Malacca, e la notizia del libero scambio si diffuse anche a sud-est, attraverso l'arcipelago. Raffles tornò qualche mese più tardi e trovò la popolazione della colonia cresciuta a quasi 5.000 individui, tra cui malesi, cinesi, arabi, indiani, ed europei (Solomon, Loh, 1997)

When I hoisted the British flag the population scarcely amounted to 200 souls, in three months the number was not less than 3.000, and it now exceeds 10.000 principally Chinese

No less than 173 sail of vessels of different descriptions, principally Native, arrived and sailed in the course of the first two months, and it already has become a Commercial Port of importance.

(Lettera di Raffles, 1821, in Bastin, 2014: 148)

La notizia del porto franco attirò non solo commercianti e mercanti, ma anche coloni permanenti, malesi da Penang e Malacca, indonesiani da Riau e Sumatra. Per sfuggire le tariffe di quei luoghi e in cerca di fortuna arrivarono perfino da Manila e da Bangkok.

Singapore è stata anche una calamita per i cinesi *nanyang*¹⁵ che si trovavano già nell'area da generazioni come commercianti, minatori, o agricoltori, che iniziarono a stabilirsi e a sposare donne malesi. Cominciava a formarsi anche una piccola popolazione indiana e giunsero mercanti armeni da Brunei e Manila, così come alcune famiglie musulmane di Sumatra. La maggior parte degli europei erano funzionari della *British East India Company* o capitani di navi mercantili in pensione (Abshire, 2011). Si stava gradualmente formando ed espandendo quella popolazione eterogenea che un paese coloniale, dalla posizione privilegiata, e dalle politiche aperte al contatto esterno come Singapore ha sempre trattato come suo punto di forza.

Notoriamente conosciuto come il fondatore della moderna Singapore, a Sir Raffles si devono numerose altre gesta che hanno contribuito a fare di Singapore un insediamento fiorente. Egli concepì un piano urbanistico per rimodellare l'isola verso una città moderna (secondo le concezioni dell'epoca). Il piano comprendeva la formazione di quartieri separati per ospitare i diversi gruppi etnici e servizi quali strade, scuole e terreni per costruire edifici del governo. Nell'ottobre 1822 formò il *Town Committe* (comitato per la città) per sovrintendere al progetto. Al tenente Philip Jackson fu affidato il compito di redigere il piano, che fu pubblicato nel 1828. Esso comprendeva: l'istituzione del porto franco libero dai dazi dogali, riforme amministrative nel campo della giustizia per garantire l'ordine, come

¹⁵ Cinesi che vivevano nel Sud-est asiatico. *Nanyang* (in cinese: 南洋, pinyin: *nán yáng*; letteralmente: "oceano del sud") è un termine che indica la regione geografica nel sud della Cina, ed è entrato nell'uso comune in riferimento alla grande popolazione di etnia cinese immigrata in Sud-est asiatico e Singapore.

l'abolizione del gioco d'azzardo e della schiavitù, l'edificazione di infrastrutture e di istituti bancari e la formazione di una scuola d'istruzione superiore (la *Singapore Institution*, ora sede della National Library di Singapore) per educare i malesi, insegnare le lingue native agli agenti della Compagnia delle Indie e per raccogliere la documentazione sulle tradizioni del paese (Solomon, Loh, 1997).

La storia della nascita e del progresso della Singapore che conosciamo oggi si deve quindi in larga parte alla presenza inglese e alle decisioni della figura lungimirante e pragmatica di Sir Stamford Raffles e dei suoi. «Through colonial rule, originally primitive and backward economies were developed through technological, professional, administrative expertise provided by Europeans» (Lee, 1968, in Josey, 1968: 460). Questa valorizzazione del colonialismo è in contrasto con la diffusa antipatia delle ex-colonie nei confronti del dominio coloniale. Singapore ha, al contrario, e per gli elementi presentati sopra, lodato la sua eredità coloniale. Nelle parole di Lee Kuan Yew (Primo Ministro al governo dal 1959 al 1990):

We deem ourselves to be amongst the fortunate few who can afford to be proud of their past, with no desire to rewrite or touch up the truth. It is a short history, 150 years, but long enough for us to value our association with the British people.

(Lee, 1969, in Chia, 2015:54)

*Lee Kuan Yew (1923-2015)*¹⁶

Se Sir Stamford Raffles fu il fondatore della moderna Singapore, Lee Kuan Yew fu definito il padre della patria. Egli stesso si formò nella *Singapore Institute* fondata da Raffles e poi all'omonimo Raffles College, tuttora esistente. Continuò gli studi in Inghilterra, dove ottenne la laurea in giurisprudenza e tornò a Singapore con lo scopo di entrare in politica, nel 1950. In quegli anni Singapore era ancora una colonia britannica e rimaneva la principale base navale della Gran Bretagna in Estremo Oriente. Il paese era governato da una classe dirigente, per lo più ricchi uomini d'affari cinesi, nominata dagli inglesi invece che eletta dal popolo. Nei primi anni del'anno 1950 si cominciava a parlare di riforma costituzionale e d'indipendenza e Lee, insieme ad altri che la pensavano come lui, cominciò a sfidare l'allora struttura di governo del paese. Faceva parte del giovane partito del PAP (People Action's Party), da lui stesso fondato e che si apprestava a diventare il primo partito del paese per lunghissimo tempo (dal 1959 a oggi)¹⁷. Nel 1954 Lee divenne segretario generale del partito e le sue idee si stavano sempre più radicalizzando. Si recò più volte a Londra come membro di una delegazione che chiedeva, senza alcun successo, la possibilità di un governo autonomo e nel frattempo alcuni disordini a Singapore causarono l'arresto di membri rappresentanti del

¹⁶ Si veda nota 12.

¹⁷ Per un'analisi delle politiche del PAP e dell'operato del governo di Lee Kuan Yew si consulti: Daniel A. Bell, 1997, *A Communitarian Critique of Authoritarianism: The Case of Singapore*, in *Political Theory*, Vol. 25, No. 1, pag. 6-32, Sage Publications; Chua Beng Huat, 1995, *Communitarian Ideology and Democracy in Singapore (Politics in Asia)*, Routledge; Tom Plate, 2010, *Conversation with Lee Kuan Yew. Citizen Singapore: How to build a Nation (Giants of Asia)*, Marshall Cavendish Edition.

PAP. Nel 1957 ripresero i negoziati con Londra e Lee raggiunse un accordo di autogoverno, vincendo le prime elezioni nella storia di Singapore, nel 1959, con una schiacciante maggioranza. Nel 1963 incluse Singapore nella recente Federazione della Malesia¹⁸, ma l'anno successivo fece l'errore di far correre il suo partito (di cui il 75 per cento dei membri erano cinesi) per le elezioni nazionali malesi, e la crescente tensione tra le due etnie provocò disordini sociali. Nell'agosto 1965, data che rimarrà storica per la celebrazione dell'identità nazionale, Lee fu informato dai suoi colleghi malesi del governo federale che, per calmare le acque, Singapore avrebbe dovuto lasciare la federazione e, nonostante egli avesse creduto fortemente nel potere dei due popoli insieme, Singapore si separò dalla Malesia, diventando uno Stato sovrano con Lee primo ministro e un'importante sfida all'orizzonte, farcela da sola (Josey, 1968).

Il 9 agosto 1965 alle 10:00 del mattino, la dichiarazione d'indipendenza fu letta da un annunciatore su Radio Singapore. Più tardi quel giorno, fu il Primo Ministro a prendere la parola, rivolgendosi con grande emozione ai suoi concittadini: «For me it is a moment of anguish because all my life... you see, the whole of my adult life... I have believed in merger and the unity of these two territories» (Lee, 1965)¹⁹. Sopraffatto dalle emozioni, e con le

¹⁸ Formata nel 1948 a partire dai possedimenti del Regno Unito a Penang e Malacca e dai nove cosiddetti stati malesi, sostituendo l'Unione Malese. All'interno della Federazione gli stati malesi erano protettorati del Regno Unito mentre Penang e Malacca rimasero territori coloniali (Abshire, 2011).

¹⁹ Registrazione audio, testo in *Transcript of a press conference given by the Prime Minister of Singapore Mr. Lee Kuan Yew*, National Archives of Singapore (si veda URL in sitografia).

lacrime agli occhi, Lee Kuan Yew chiese che le telecamere fossero spente per ricomporsi. Nelle sue memorie scriverà che Singapore era stata spinta verso l'indipendenza senza: «alcuna indicazione per la nostra prossima destinazione» (Lee, 2000:19, traduzione mia). Si trattava ora di un «cuore senza un corpo» (Lee, 2000:23, traduzione mia) che aveva una popolazione di 1,9 milioni di persone da formare, poche risorse interne e tassi di disoccupazione ancora elevati, mettendo il paese sull'orlo di disordini civili. Tuttavia, se senza la Malesia Singapore aveva perso il suo corpo, grazie alla politica visionaria di Lee Kuan Yew, la nazione sviluppò una notevole mente.

Da quel momento storico in poi, Lee sapeva che Singapore aveva bisogno di un'economia forte per sopravvivere come paese indipendente, e promosse un programma per modernizzare il paese e trasformarlo in un grande esportatore di prodotti finiti. Incoraggiò gli investimenti stranieri e gli accordi tra i sindacati e le gestioni aziendali, assicurando l'assenza di malcontento e l'innalzamento del tenore di vita dei lavoratori. I servizi sanitari e di assistenza sociale furono migliorati, e venne richiesta la "collaborazione" da parte dei media per promuovere un paese solidale e una classe dirigente austera, che considerava la disciplina come via verso il successo. La spettacolare prosperità ed efficienza di Singapore si deve sì, quindi, allo sguardo lontano di Lee Kuan Yew, ma a costo di uno stile a volte autoritario del

governo, che ha violato in certi casi le libertà civili.²⁰ Dal 1980 Singapore ha un reddito pro-capite in Asia orientale secondo solo al Giappone e il paese è diventato un centro finanziario tra i primi del Sud-est asiatico. Il PAP ha vinto le elezioni generali del 1984 e del 1988, e Lee Kuan Yew rimase primo ministro per tutti quegli anni. Dopo aver organizzato la sua successione, si dimise dalla carica nel novembre 1990, rimanendo ancora il leader del PAP fino al 1992. Morì il 23 marzo 2015, lasciando l'attuale governo nelle mani del figlio Lee Hsien Loong (Abshire, 2011). Il 9 agosto 1966 Singapore celebrò il primo *National Day* della sua storia. Il 9 agosto 2015, cinquant'anni dopo, si celebrò l'esponenziale progresso che in solo mezzo secolo ha trasformato il paese in una potenza mondiale all'avanguardia, con allo stesso tempo uno sguardo ai progetti per i prossimi cinquant'anni. Un'esibizione chiamata "The Future of Us" fu presentata durante i mesi del mio soggiorno, con ipotesi sulla vita quotidiana dei singaporiani nel 2030.

In questo paragrafo è stata presentata la storia di Singapore per riuscire ad analizzare al meglio due fenomeni di vitale interesse per questo lavoro: la peculiare eterogeneità della popolazione e la rapidissima modernizzazione messa in pratica in soli cinquant'anni di vita del paese. Questi fenomeni hanno avuto un ruolo chiave nel problematizzare il tema dell'identità singaporiana, che verrà intesa in relazione ad essi e messa in discussione a partire

²⁰ Collaborazione o censura nella visione del governo di Lee Kuan Yew come autoritario. Si veda sul tema: Garry Rodan, 2004, *Transparency and Authoritarian Rule in Southeast Asia: Singapore and Malaysia*, Routledge Curzon, Londra.

dall'analisi degli *hawker centres*, luoghi che hanno risentito fortemente delle riforme di progresso e delle politiche “multirazziali” discusse nel prossimo paragrafo.

4. Eterogeneità sociale, teorie politiche e prassi: il modello CMIO

Il 9 agosto 1965, in conclusione della conferenza stampa in cui annunciò la scissione dalla Malesia, Lee Kuan Yew dichiarò:

There is nothing to be worried about. Many things will go on just as usual. But be firm, be calm. We are going to have a multiracial nation in Singapore. We will set the example. This is not a Malay nation, this is not a Chinese nation, this is not an Indian nation. Everybody will have his place: equal; language, culture, religion.

(Lee, 1965²¹)

La chiamata di Lee Kuan Yew per l'unità nella diversità della società singaporiana rimane pertinente mezzo secolo più tardi. Già nei primi anni della fondazione e, come abbiamo visto, ancor prima, l'eterogeneità sociale nel territorio di Singapore fu una delle sue caratteristiche storiche principali.

Durante una visita al National Museum di Singapore, nell'esibizione permanente sulla storia del paese, notai un quadro, *The Esplanade from Scandal Point* (fig.5), che testimoniava

²¹Registrazione audio. Testo in *Transcript of a press conference given by the Prime Minister of Singapore Mr. Lee Kuan Yew*, National Archives of Singapore (si veda URL in sitografia).

questa eterogeneità già nel 1800 e ritengo che, se esistesse una fotografia degli anni addirittura precedenti, avremmo la stessa visione: diversi gruppi che svolgono le loro attività nella quotidianità di Singapore. Il dipinto, realizzato da John Turnbull Thomson (1821-1884), funzionario del governo inglese negli insediamenti orientali e artista autodidatta, mostra gli abitanti di Singapore che si rilassano nel *padang*, malese per pianura. Grazie a questo documento artistico si può vedere non solo come appariva la parte coloniale della città nel 1851, ma anche chi vi si trovava e le attività che vi si svolgevano. *Scandal Point*, una piccola collina ai margini del *padang*, prese questo nome perché era il punto di ritrovo delle persone, che si riunivano lì per parlare delle notizie del giorno. Descrivendo brevemente l'opera come fece la guida del museo e come riportano le spiegazioni nel sito della National Heritage Board di Singapore: al centro del dipinto è rappresentata una famiglia con un uomo che tiene una lancia, considerati essere gli indigeni dell'isola. Sulla destra un gruppo di arabi, che nel XIX secolo migravano dallo Yemen verso Java e Sumatra per motivi commerciali. Un'altra famiglia che si vede nel dipinto è cinese, probabilmente migrati dal sud della Cina e stabilitesi nel territorio. La loro capacità di parlare *hokkien* (dialetto cinese del sud) malese e inglese permise loro di lavorare con successo come interpreti per i gruppi di commercianti cinesi e inglesi. Tutti gli edifici nel quadro, realmente realizzati, sono stati progettati dall'architetto George Coleman, il quale si rese conto ben presto che Singapore richiedeva maggiore manodopera. La soluzione fu di portare i detenuti indiani delle prigioni inglesi dall'India a Singapore. A loro si deve la costruzione di strade, edifici e ponti, molti dei quali sono oggi

ancora in piedi. Sui cavalli e nella carrozza aperta sono raffigurati gli inglesi. Dietro di loro, la scena di due attività sportive, una partita di cricket e la versione malese del calcio. Sullo sfondo vi è una fila di edifici coloniali: il Palazzo del Governo, il palazzo di giustizia sulla sinistra, la Chiesa armena e la Chiesa di Sant'Andrea (l'odierna Cattedrale di Sant'Andrea)²².

Allo stesso modo in cui guardai quel quadro il giorno della visita al museo, ricordo nuovamente il giorno in cui arrivai a Singapore, nel tragitto in metropolitana tra l'aeroporto e la mia nuova casa. Osservavo le persone nel vagone, una famiglia che allora definii indiana e altri che mi sembravano, invece, cinesi. Se ci fosse stata anche in quel caso una guida pronta a descrivermi ciò che stavo guardando, mi sarei resa conto subito che stavo compiendo un errore: in quel vagone erano, infatti, tutti singaporiani. Ma cosa vuol dire essere singaporiani? Parlando d'identità, ognuno saprebbe definire in cosa consiste la propria. Io, ad esempio, sono italiana perché vivo nel territorio italiano, parlo la lingua italiana, condivido la storia del paese con gli altri italiani, e così via. Ma in che modo si può parlare d'identità singaporiana in uno stato che è diventato tale a partire dalle migrazioni nel territorio da altri, molti, paesi vicini e lontani, e che ha al suo interno una popolazione composta da diversi gruppi etnici, ognuno con la propria storia? L'eterogeneità in questo pezzo di mondo è tale, che Singapore rappresenta un'eccezione rispetto agli altri paesi colonizzati del mondo, poiché nel suo caso la varietà etnica fu scritta nella Costituzione nei primissimi momenti della fondazione dello

²² National Heritage Board, 2016, National Collection.

stato. Nella prima sessione del primo Parlamento il 22 dicembre del 1965, il ministro per la legge e lo sviluppo nazionale Mr Edmund William Barker annunciò:

One of the cornerstones of the policy of the government is a multi-racial Singapore. We are a nation comprising peoples of various races who constitutes her citizens, and our citizens are equal regardless of differences of race, language, culture and religion... To ensure this bias in favour of multi-racialism and the equality of our citizens, whether they belong to majority or minority groups, a Constitutional Commission is being appointed to help formulate these constitutional safeguards.

(Barker, 1966:1)

Da allora, l'ideologia "multirazziale"²³ è stata incorporata come logica di base per molte politiche pubbliche. Tuttavia, mentre apparentemente erano volte a preservare le culture dei vari gruppi e mantenere l'armonia culturale, queste stesse politiche pubbliche sono in parte, come sosterrò, usate come sistema di controllo sociale, con esempi anche nell'apparentemente ambito neutro degli *hawker centres* (cfr. paragrafo 5). La popolazione di Singapore si compone del 76.2% di cinesi, del 15% di malesi, del 7.4% di indiani e il resto, circa un 2%, di altre nazionalità, raggruppati sotto la definizione di *Others*²⁴. Da qui deriva la categorizzazione nel sistema CMIO: Chinese, Malay, Indians e Others. Ogni cittadino dell'isola è tenuto a riportare nel documento d'identità il suo gruppo di appartenenza, alla voce *Race*. L'uso del termine "razza" richiede qui una spiegazione.

²³ Termine usato dai singaporiani, sia in sede informale che formale, nei discorsi pubblici. In accordo con la definizione di Benjamin: «Multiracialism is the ideology that accords equal status to the cultures and identities of the various 'races' comprising a plural society» (1976:67).

²⁴ Singapore Government, Department of Statistics (Si veda URL in sitografia).

Solo dopo l'esplorazione, agli inizi del XX secolo, della grande diversità di forme culturali all'interno e tra i gruppi razziali, le idee sull'esistenza di una razza, prima e pura, furono allontanate dalla rispettabilità scientifica. Il merito di questa conquista si deve in gran parte a Franz Boas, che ha insistito sull'assenza di relazione causale tra razza, lingua e cultura (Boas, 1940). Da quel momento in poi, nell'ambito dell'antropologia culturale, il punto di vista razzista fu sempre sfidato e sconfitto, e fino ad oggi la maggior parte degli antropologi si è affidata alla ricerca dell'eliminazione di ogni tipo di discriminazione culturale. Oggi, si continua il dibattito iniziato all'epoca e, nell'area di Singapore, Geoffrey Benjamin ha dato il suo contributo nel definire i principi etnologici chiave per comprendere il suo saggio sul "multiracialism" a Singapore, affermando che il maggior contributo dell'antropologia moderna sta nella dissoluzione del nesso ritenuto causale tra razza, cultura, linguaggio, società e contesto (Benjamin, 1976:117). Il sinonimo da lui usato per il termine "razza" è "genogruppo" o "gruppo genetico" («genogroups», *ibidem*). Inoltre, viene data indipendenza alle categorie di "razza" e cultura, nonché a quelle di cultura e etnia:

Scholars and laymen commonly believe that ethnic labels denote objectively delimitable packets of cultural and genetic variations. [...] Indeed, this analogy is by no means far-fetched: ethnic labels in this sense are little more than names – labels of a primordial group identity, which derive in the first instance from an imposed, externally derived set of cognitive categories rather than from the cultural 'facts' on the ground.

(Benjamin, 1976:117)

In Sud-est asiatico, come sottolineato anche dallo stesso Benjamin, dove storicamente i gruppi sociali si sono incontrati e contaminati, gli individui non sono necessariamente limitati ad un sola, invariata, identità etnica dalla nascita. Soprattutto nel caso di Singapore vi è spesso la possibilità di scelta rispetto a quale gruppo etnico si decide di far parte. Un esempio evidente di questa possibilità è l'ambigua *Bilingual Policy* del sistema educativo singaporiano. Essa non è primariamente, come potrebbe sembrare, la risposta al bisogno di comunicazione inter-etnica in una società multilingue, poiché non si limita alla conoscenza dell'inglese per tutti come prima lingua. Essa enfatizza, invece, il bisogno di classificare ogni individuo singaporiano in una bilancia culturale, che obbliga allo studio della "lingua madre" della cultura originaria come seconda lingua, sia essa cinese, *tamil* (il dialetto indiano maggiormente parlato a Singapore) o malese, e nonostante la lingua parlata in casa possa già essere l'inglese. Come se per giustificare l'appartenenza a quel gruppo si pesassero su una bilancia tutte le azione compiute per immergersi completamente nella sua cultura tradizionale, anche nel caso di appartenenza da lontane generazioni, da decenni residenti a Singapore. Se questo è il sistema in via teorica, nella prassi ci sono comportamenti diversi. Non sono rari, infatti, i casi di matrimoni tra persone dai backgrounds differenti, casi in cui «the choice of language can be a serious source of parental disagreement and/or economically determined strategic decision» (Chua, 2005:61). Nel caso del figlio di una coppia formata da un padre indiano e una madre cinese, ad esempio, la regola dice che ai figli è assegnata la "razza" del padre, ma possono scegliere di studiare la lingua della madre. Tra lo studio del *tamil* o del

mandarino, tuttavia, è molto più probabile la seconda scelta, poichè Singapore è un paese a maggioranza cinese, e la conoscenza della lingua è vista come spinta in più nel futuro lavorativo ed economico. La faccenda si fa ancora più complicata nel caso in cui la lingua madre sia un dialetto, come ad esempio il cinese *hokkien*. Anche qui l'assurdità sta nell'obbligo di scelta tra la lingua parlata nella "razza" del padre oppure il mandarino, non essendo previsto lo studio dei dialetti minori dei gruppi. Una grande confusione e difficoltà nel gestire una tale situazione sociale vuole essere sottolineata in questi esempi. La tanto teorizzata coesione sociale attraverso politiche che invadono ogni aspetto della vita dei singaporiani, dai matrimoni alla scuola, dal lavoro ai servizi sanitari, si scontra con la prassi in cui questa confusione viene costantemente a galla.

L'ideologia di armonia multirazziale, nel modello CMIO, come base dell'operato politico sta quindi, forse, fallendo, creando al contrario disuguaglianze sociali? Non spetta a questo lavoro rispondere a questa domanda ma è interessante rifletterci, per eventuali ulteriori studi sull'argomento. Quello che, tuttavia, ho personalmente scoperto grazie a questa ricerca, è che la valorizzazione delle culture di origine, da me discussa nel dettaglio nel contesto culinario degli *hawker centres*, come conseguenza della volontà di unire i cittadini in un'unica identità singaporiana, ha portato contrariamente alla grande enfaticizzazione delle differenze.

Nella mia vita quotidiana a Singapore ho avuto testimonianza diretta di ciò nel parlare con le persone, le quali si definivano singaporiane, ma aggiungendo sempre cinese, malese, indiano, o altro alla loro cittadinanza, percepita in alcuni casi di minore importanza rispetto

alla nazionalità di origine. Inoltre, venendo da una regione dell'Italia, il Veneto, in cui l'immagine del diverso, dell'immigrato, è spesso descritta attraverso stereotipi culturali, mai mi sarei aspettata di ritrovare gli stessi comportamenti in un paese ai miei occhi entusiasti così cosmopolita e variopinto. Ricordo, a questo proposito, la mia seconda sera a Singapore. Yin Wei mi portò a cena a casa di un suo amico insieme ad altri amici, tra cui un ragazzo singaporiano malese, di nome Fadhli. Durante la serata notai il costante uso di battute nei suoi confronti, in quanto malese, e le sue risposte agli amici singaporiani cinesi non si facevano attendere. Si trattava chiaramente di una dinamica di gioco consapevole tra amici, tuttavia ciò rifletteva la presenza di reali stereotipi, conosciuti e, in qualche modo accettati. Stereotipi che, una volta ammesso il mio stupore, il gruppo mi elencò in una sorta di gara a chi ne ricordava di più. Un altro esempio è una conversazione avuta con Steven, uno dei lavoratori del mercato studiato Dunman food center, il quale un giorno mi allertò del rischio di mangiare nei chioschi di cucina indiana, perché «dirty and dangerous», e mi raccontò l'episodio, riportato dalle cronache locali di una donna che si ammalò di salmonella dopo aver mangiato un *roti prata* (pane indiano) inquinato di feci, perché «they go to the toilet, they clean themselves with their left hand, and they just keep touching food, without washing hands!» (conversazione con Steven, 7 dicembre 2016). Selvaraj Velayutham, ricercatore della Macquaire University of Australia, scrive un saggio intitolato *Everyday racism in Singapore*, in cui racconta l'aneddoto di un parlamentare singaporiano cinese che nel 1992, parlando in aula, raccontò di essersi recato a *Little India* in una sera buia, non a causa dell'assenza di luci

ma per la presenza di troppi indiani attorno. Al fatto che a questo episodio non venne esternato oltraggio pubblico, Selvaraj commenta che: «[It] seems to suggest that there was tacit approval of his comments by other members of parliament» (Selvaraj, 2009:255-273).

A prima vista, gli aneddoti presentati potrebbero sembrare esempi di poco conto. Tuttavia si tratta di episodi che vanno di pari passo con l'ambiguità quotidiana nella prassi delle politiche per gestire la varietà culturale del paese, e che, se non riconosciuti o eliminati, possono diventare pericolosi per la stabilità sociale.

Alla luce delle informazioni date e discusse a questo punto, mi permetto di introdurre una prima conclusione alla domanda su una possibile e definibile identità singaporiana. Se nelle prime settimane di campo ipotizzavo che il successo di Singapore stava proprio nella sua popolazione eterogenea, nella quale vedevo la possibilità di una marcia in più, e della quale mi è stato più facile sentirmi parte, proprio perché mi sentivo diversa ma in un ambiente dove l'unicità culturale non è contemplata; alla fine della ricerca ho scoperto, al contrario, le difficoltà di un contesto di questo tipo, in cui l'armonia culturale è solo di superficie. L'identità singaporiana è di difficile definizione per i singaporiani stessi, i quali tentano continuamente di scoprirla, trovarla o ri-trovarla. Ri-trovarla perché esiste la consapevolezza che un tempo la loro identità fosse più evidente, un tempo in cui Singapore riusciva ancora a tenersi distante dalle influenze occidentali, viste come la causa della graduale perdita del suo spirito identitario, tempo che ricordano con nostalgia. Nei capitoli successivi proverò a sostenere che la difficoltà nel definire l'identità di questa nazione non è solo specifica del suo

caso, ma è la conseguenza dei normali movimenti sociali che riguardano ogni parte del globo, in cui i gruppi non sono chiusi, e i contatti causano inevitabilmente modifiche e aggiunte ad un'identità ipotizzata primaria, ma che nemmeno essa può essere prima e pura. Discutendo gli interessanti lavori sul tema di Francesco Remotti e Ugo Fabietti cercherò di ribadire che le identità sono fluide e che non è giusto che esista la volontà di fissismo culturale, poiché impossibile alla base. Gli *hawker centres*, finalmente al centro della discussione nel paragrafo successivo, hanno acquistato, soprattutto negli ultimi anni, il ruolo di simbolo dell'identità singaporiana, che, se da un lato è, sì, di difficile definizione concettuale, dall'altro è fisicamente riprodotta in questi luoghi.

5. Una “cleaned city”: *da hawkers a hawker centres*

Singapore si presenta agli occhi di chi la visita per la prima volta come una città ordinata, verde e pulita. Molti fondi sono stati usati per il sistema di riutilizzo dell'acqua, con impianti di purificazione moderni e acqua potabile per tutti, la raccolta differenziata è facile ed efficiente, i parchi sono numerosi e il traffico nelle strade è controllato per mantenere bassi i livelli di inquinamento dell'aria. A partire dal 1967, con la *garden city vision* promossa da Lee Kuan Yew, il paese cambiò letteralmente “faccia”, iniziando il percorso che lo porterà ad essere considerata una *eco-city*. Diversamente da altre città che hanno vissuto un rapido progresso (ad esempio le vicine Bangkok, Kuala Lumpur e Giacarta), la metamorfosi di Singapore non è stata segnata dalle conseguenze dell'inquinamento e della degradazione

urbana, e, in sole cinque decenni di progresso economico, si è guadagnata la reputazione a livello mondiale di città verde e pulita. «We have built. We have progressed. But there is no hallmark of success more distinctive and more meaningful than achieving our position as the cleanest and greenest city in South Asia» (Lee, 1968:3)²⁵. Negli anni critici dell'indipendenza, Lee condusse Singapore su un sentiero di sviluppo che aveva al cuore del progetto un ambiente accogliente e *green*. Egli capì che si trattava non solo di ottenere vantaggi competitivi a livello globale, ma anche che lo sviluppo controllato rappresentava un prerequisito chiave per il *well-being* dei cittadini. In quegli anni venne istituita l'Unità Anti-Pollution (APU) come parte dell'ufficio del Primo Ministro, per affrontare l'aumento dell'inquinamento atmosferico e dell'acqua causato dalla rapida industrializzazione. Nel 1971, venne fondata la Water Planning Unit per sviluppare le risorse idriche dell'isola, al fine di rendere Singapore autosufficiente nella produzione di acqua potabile, e si fecero campagne per evitarne lo spreco. Infine, il governo diede il compito agli enti pubblici del paese di occuparsi della pulizia del Singapore River, fiume che fino al 1980 era famoso per il suo odore putrido di decomposizione dei rifiuti industriali e umani. Grazie a tutte queste riforme per l'ambiente, Lee Kuan Yew pose le fondamenta per creare un progresso e un paese sostenibile (Josey, 1968).

²⁵ Estratto dal discorso di Lee Kuan Yew al lancio della prima *Keep Singapore Clean Campaign*, il primo ottobre 1968. Ne seguirono molte altre, fino agli ultimi anni, in cui si ripetono mensilmente.

Spesso al centro dei discorsi della campagna *Keep Singapore Clean*, la preoccupazione verso i rifiuti andava di pari passo con la crescita della densità demografica. «Higher densities of population, more housing estates, greater consumption of preserved and packaged food leaving more domestic waste, and more hawkers in public places» (Lee, 1968:1)²⁶. Gli *hawkers*, parola che in inglese significa letteralmente venditori ambulanti e che, in accordo con McGee e Yeung definisco come «coloro che offrono beni in vendita negli spazi pubblici, primariamente strade e marciapiedi» (1977:25, traduzione mia), cominciavano a rappresentare un problema nell'organizzazione di una città pulita e ordinata. Presi in considerazione in numerosi lavori che discutono il tema dello spazio urbano in Sud-est asiatico (McGee e Yeung 1977, Duruz e Khoo 2015, Kong e Sinha 2016) gli *hawkers* sono stati studiati anche come figure caratteristiche dell'identità delle città in quest'area del mondo, la cui eliminazione dalle strade ha cambiato non solo l'assetto urbano, ma anche le abitudini di vita quotidiana delle persone, nelle modalità di acquisto e consumo del cibo e dei prodotti di tutti i giorni (Tarulevicz 2013, Leong 1976, Grice 1988, Kong 2007, Lai 2010, Chua in Kong e Sinha, 2016). Gli *hawkers* sono stati una figura onnipresente nella struttura delle città del Sud-est asiatico e di Singapore, dove, fino agli anni '50 del Novecento, sono stati visivamente presenti nel loro muoversi tra le strade annunciando a gran voce la merce, o disponendosi in riga ai lati delle vie, o raggruppandosi nei pressi dei mercati pubblici. Il suono della loro voce

²⁶ Estratto da *Speech by the Prime Minister inaugurating the "Keep Singapore clean" campaign on Tuesday, 1st October, 1968* (si veda URL in sitografia).

e l'odore dei piatti trasportati sui chioschi mobili in legno e bambù precedevano il loro arrivo, e i residenti dei *kampong*²⁷ potevano acquistare la colazione, il pranzo o uno snack, semplicemente uscendo di casa. Un tempo «they add to the cities a texture and feel that has largely disappeared from the cities of the industrialized West» (McGee e Yeung, 1977: 20). Oggi, parte di quel “industrialized West”, sottoforma delle politiche volte a modernizzare di una classe dirigente influenzata dalla modernità occidentale, ha cambiato fortemente le modalità di vendita e acquisto del cibo a Singapore. Nel 1950 la Hawker Inquiry Commission sottolineò la presenza di masse disordinate di *hawkers* «blocking up entire streets with a jumble of goods in defiance of all reason and order» (Tarulevicz, 2013:54). Creata in linea con le politiche per una *clean Singapore*, la commissione, e quindi l'amministrazione, vedeva negli *hawkers* un problema che inibiva l'efficiente funzionamento della città: ingombravano le strade che servivano per le automobili, causavano problemi d'igiene e controllo sanitario, provocavano congestioni stradali e la libera mobilità dei veicoli di emergenza in tutta l'area urbana dell'isola. L'uso di acqua contaminata e l'abbandono di rifiuti che attiravano insetti e topi erano, inoltre, causa di diffusione di alcune malattie, come il colera e il tifo. I pericoli per la salute pubblica erano reali, ed erano aggravati dal clima tropicale. Negli occhi della classe

²⁷ Da *kampung* in malese, che significa villaggio. Il termine si applica ai villaggi tradizionali dei popoli indigeni in Malesia, Brunei, Indonesia, Singapore e Cambogia. L'architettura tradizionale dei *kampung* è andata perduta nei progetti urbani moderni, ma il termine rimane nell'uso quotidiano, in particolare in riferimento all'atmosfera di tranquillità e solidarietà tra gli abitanti dei villaggi prima della modernizzazione. In malese *gotong royong*, “aiuto reciproco”, termine riferito spesso nelle interviste con un senso di nostalgia legata alla vita nel *kampung*.

dirigente, volti al futuro, l'importante ruolo degli *hawkers* nella quotidianità delle famiglie e nella microeconomia del paese, era nascosto da questi seri problemi di ordine pubblico.

Oltre agli *hawkers* itineranti, in ogni *kampong* si trovava uno o più *kopitiam*, questi rimasti presenti fino ad oggi, spesso in relazione con gli *hawkers* stessi. «The *kopitiam* was the exclusive centre of sociality of the neighbourhood/village» (Chua in Kong, Sinha, 2016:28). Oggi chiamati *coffeeshops*, i *kopitiam* rappresentano, insieme agli odierni *hawker centres*, i luoghi in cui viene espressa parte dell'identità singaporiana, quella più nostalgica del passato, poiché rimasti inalterati nel tempo (cfr. capitolo 2 par.4). *Hawkers* itineranti e *kopitiam* stabili scandivano i ritmi delle giornate, offrendo alle persone quello che rappresentava lo *street food* dell'epoca, tanto più consumato dello *street food* che conosciamo in Occidente da permettermi di chiamarlo *everyday street food*. Le politiche di “pulizia e ordine” verso la modernizzazione portarono all'eliminazione della strada nell'esperienza del comprare il cibo venduto dagli *hawkers*, come ben spiegato nelle righe biografiche su quegli anni del sociologo singaporiano Chua Beng Huat, in un paragrafo intitolato perfettamente «Taking the street out of the street» (Chua in Kong, Sinha, 2016:23). La licenza per vendere qualsiasi prodotto nelle strade diventò obbligatoria e, avendo chiaramente un prezzo, piano piano le strade si svuotarono, poiché quello dell'*hawker* era un lavoro che permetteva solo di guadagnarsi la giornata. La licenza diventò poi la base per l'assegnazione dei chioschi nelle nuove strutture chiuse chiamate *hawker centres*, il cui progetto di costruzione iniziò nel 1970.

Venne formata la Hawkers Department Special Squad che, accompagnata dalla polizia locale, faceva retate quotidiane alla ricerca di venditori abusivi (Tarulevicz, 2013). L'astio tra gli *hawkers* e lo Stato iniziò allora, quando le improvvise fughe degli *hawkers* all'arrivo della squadra statale erano all'ordine del giorno in ogni parte dell'isola (fig.6). Dal 2002 l'organizzazione che si occupa della gestione degli *hawker centers* è la National Environmental Agency (NEA), e i rapporti tra gli *hawkers* e la NEA sono tuttora caldi. Gli *hawker centres* furono creati come spazi che dovevano essere dotati di forniture per la sicurezza pubblica come l'accesso all'acqua, reti fognarie, canali di scolo, elettricità per l'illuminazione serale e una copertura superiore. La maggior parte di essi furono inseriti nelle aree residenziali cosicché, se da un lato gli *hawkers* non potevano più andare di casa in casa, dall'altro potevano essere raggiunti con facilità.

In questo paragrafo sulla storia delle cause che portarono alla costruzione degli *hawker centres* ho voluto puntare l'accento sul legame che esiste tra le politiche di modernizzazione e le politiche "anti-*hawkers*", che a partire dagli anni '50 del Novecento cambiarono la fisionomia delle strade di Singapore. Il sistema degli *hawkers* itineranti, popolare tra i residenti, era impopolare per gli ufficiali del governo, i quali iniziarono a "ripulire" la città. Il verbo "ripulire" si presta bene a rendere comprensibile il processo in atto in quegli anni: si voleva una Singapore più pulita, *clean*, e si fece di tutto, da un lato, per promuovere politiche di insegnamento ai cittadini a favore del bene comune. Dall'altro lato,

però, i problemi furono talvolta eliminati alla radice, come nel caso degli *hawkers*, i quali vennero in alcuni casi spostati, e “sistemati” negli *hawker centres*, in altri casi eliminati, lasciando le strade libere e una Singapore ripulita (*cleaned up*), più che pulita. Nicole Tarulevicz riassume così quanto detto:

The hawkers, and their trade, were unseemly – dirty, visceral, a grotesquery of bodily functions. And so they were cleaned up, their hands washed, their cooking equipment inspected and standardized. The spaces in which they plied their trade were eradicated or repurposed, and hawker centers, increasingly policed, cleaner, and more orderly at every turn, also emerged as more “reasonable” and “ordered” spaces.

(Tarulevicz, 2013:57)

Le informazioni riguardo quello che accadde negli anni 1960 e 1970, con la “pulizia” delle strade e la rilocalizzazione dei venditori negli *hawker centres*, sono narrate brevemente nei libri di storia, puntando invece l’accento sulla positività dei cambiamenti pro-modernizzazione. In realtà, quello che sta accadendo oggi, è una rivalutazione dell’importanza di quei fatti, al punto che questi luoghi stanno vivendo un’inaspettata riscoperta, quali simboli della storia e dell’identità singaporiana. La National Environmental Agency continua ad occuparsi della gestione di tutti i 109 *hawker centers* dell’isola, con ispezioni mensili e chiusure temporanee dei centri per le pulizie profonde di tutti gli ambienti²⁸. Nei contatti che ho avuto con due dei

²⁸ La *Spring Cleaning* è la chiusura temporanea di tutti gli ambienti degli *hawker centres* per la pulizia profonda degli stessi, con tempi e date decise dalla National Environment Agency. Come riportato nel sito della NEA: «To ensure that hawker centres are kept in a clean and tenable condition NEA conducts Spring Cleaning and Repairs and Redecoration works in the hawker centers regularly. The

funzionari della NEA è emerso come solo fino a pochi anni fa sarebbe sembrato strano che una ragazza, per lo più occidentale, facesse una ricerca su questi luoghi, ma che sempre di più si nota un aumento d'interesse, anche accademico, al punto che loro stessi definiscono gli *hawker centres* «an integral part of life for Singaporeans»²⁹.

La scena culinaria di Singapore si presenta oggi in diverse forme. Oltre alla modernizzazione, le influenze del mondo occidentale hanno cambiato ulteriormente le abitudini alimentari. Catene di *fast food*, ristoranti che offrono le cucine di tutto il mondo e *cocktail bar* di lusso, oltre alle *food courts*, moderne versioni degli *hawker centres* nei centri commerciali (di cui tratterò in seguito). Singapore è oggi conosciuta globalmente per la varietà offerta in termini di cibo ed esperienza culinaria. Addirittura, Singapore è riconosciuta come leader del turismo culinario. Il cibo è diventato un'importante risorsa turistica che offre non solo sostegno fisico, ma anche piacere e intrattenimento. E' uno dei motivi che spingono molte persone a viaggiare, alla ricerca di nuovi sapori, e la spesa per cibo e bevande rappresenta gran parte del budget turistico, rappresentandone quasi un terzo delle spese totali (Henderson, 2004). Singapore non solo promuove il cibo come attrazione turistica, ma anche

public can refer to the table below for the cleaning and maintenance schedules of the different hawker centres» Dal sito della National Environment Agency, si veda URL sitografia.

²⁹ Definizione completa nel sito ufficiale della National Environment Agency: «hawker centres are an integral part of life for Singaporeans. They offer a wide selection of food and market produce at affordable prices and provide a clean and hygienic environment in which patrons can fulfil their marketing and dining needs» E ancora «Bringing together well-loved local food in an enjoyable open-air setting, hawker centres are a unique aspect of Singaporean culture. Located all over the island, many in the heartlands, these time-tested institutions have served as important places for community bonding». Dal sito della National Environment Agency, si veda URL in sitografia.

si promuove attivamente come destinazione culinaria eccezionale. La Singapore Tourism Board (STB) raffigura quasi sempre il cibo nei suoi opuscoli informativi e nei siti web, e si contano campagne ricche di informazioni a riguardo sia all'estero che all'interno di Singapore (Chua e Rajah, 2001). Luoghi speciali nell'esperienza della variegata cucina singaporiana, gli *hawker centres* sono diventati anch'essi destinazione turistica, anche se limitata ai mercati più famosi e pubblicizzati. Tuttavia, durante il mio periodo di osservazione mi sono chiesta più volte come mai se questi luoghi sono definiti sulla carta come simboli nazionali, essi non siano purtroppo trattati come tali. Viene valorizzato il nome degli *hawkers*, ma molto meno il loro duro lavoro e i loro salari che, a seconda delle vendite, restano comunque bassi (cfr. capitolo III). Il governo singaporiano sta cominciando a preoccuparsi del futuro degli *hawker centres*, ma soprattutto del futuro dell'*hawker food*, già andato in parte perduto con l'eliminazione degli *hawkers* itineranti. Le loro ricette, infatti, per la particolarità delle forniture trasportabili e del consumo spesso in piedi dei piatti, erano create *ad hoc*, e sempre con materie prime semplici come il carbone, il legno e il bambù, prodotte e lavorate dagli *hawkers* e dalle loro famiglie. La situazione attuale, invece, di produzione maggiore e tempi più veloci, ha fatto sì che andassero persi quei metodi di preparazione (cfr. capitolo II paragrafo 5) e che gli *hawkers* si rivolgano sempre più ad aziende che vendono prodotti già ultimati, o che usano l'elettricità invece che il carbone, amato dai locali per lo *smoked flavour* che aggiunge ai piatti. La conseguenza di ciò è una continua ricerca dell'"autentico", il *real flavour of the past*, al punto da causare la nascita di una sorta di "auto-turismo" (Chua in

Kong, Sinha, 2016:24), che spinge gli abitanti a brevi viaggi nell'isola con destinazione i chioschi degli *hawkers* preferiti, capovolgendo il modello di incontro tra *hawker* e consumatore, una volta abituato ad essere servito fuori dalla porta di casa e costretto ora a mobilitarsi.

L'impatto che le politiche di modernizzazione hanno avuto nella formazione degli attuali *hawker centres* è stato e continua ad essere importante. L'enfasi sulla pulizia e l'igiene è rimasta costante fin dall'epoca della battaglia contro gli *hawkers* itineranti. Entrando in un qualsiasi *hawker centre*, si noterà subito l'abbondanza di divieti e ammonimenti per il risparmio dell'acqua, il lavaggio delle mani e la sicurezza generale, caratteristica, tra l'altro, di tutta la città.

Oltre alla già discussa "ansia da progresso", gli *hawker centres* sono testimoni anche delle politiche "multirazziali" e di quell'abisso tra teoria e prassi discusso in precedenza. Il modello CMIO è attuato anche nei mercati, dove vige la regola che la distribuzione dei chioschi rappresenti la percentuale in cui è divisa la popolazione, così da offrire una varietà di cibo proporzionale alla varietà etnica, soddisfacendo le richieste di ogni cliente. Nel concreto del mercato da me frequentato, il Dunman food centre (cfr. capitolo III) questa regola viene meno nel momento in cui i chioschi riservati alla cucina malese e indiana rimangono vuoti, a causa della maggioranza cinese nel quartiere. Poiché l'affitto del chiosco ha un costo importante, se non ci sono clienti che supportano il lavoro è preferibile chiudere e, di

conseguenza, nel “mio” mercato, su trenta chioschi, eliminando quelli ancora in affitto, solo uno era gestito da singaporiani malesi.

Nei capitoli successivi, nell’analisi del Dunman food centre, evidenzierò la centralità del luogo nella vita del quartiere dove si inserisce, Joo Chiat. Parallelamente, descriverò le strette relazioni tra il *kopitiam* di quartiere, il *Cheng Tin Yeang coffeeshop* e il mercato (cap.III paragrafo 5). Infine, illustrerò le prospettive sul futuro di questi luoghi nella sfida al progresso continuo che rischia di eliminarli per sempre.

Capitolo II

STUDIARE I MERCATI: LINEE TEORICHE GUIDA

1. L'interesse antropologico per i mercati alimentari

La prima volta che sono entrata in un *hawker centre*, precisamente la mia prima sera a Singapore, ne sono stata travolta. La quantità di persone, colori, rumori, voci, odori, mi appariva come un insieme confuso, nel quale sarebbe stato difficile inserirmi, e ancor di più svolgere la mia ricerca. In quell'occasione, decisi di godermi il momento da cliente, frequentatrice del mercato per cenare con un amico, e di posticipare lo sguardo dell'etnografo ai giorni successivi. Ma mi sbagliavo. Se la mia mente aveva deciso che era troppo presto per iniziare la ricerca, il mio corpo l'aveva cominciata già appena scesa dall'aereo. La sensazione fredda dell'aria condizionata nella metropolitana dell'aeroporto, il caldo afoso appena uscita dal treno, l'*haze* fastidiosa, l'odore dell'aria. E ancora, il continuo sbalzo di temperatura tra ambienti interni con l'aria condizionata e ambienti esterni tropicali, la differenza tra la freddezza pulita dell'aeroporto e dei vagoni della metro e l'atmosfera confusionaria e calda dell'*hawker centre*. A tutti questi elementi il mio corpo è stato soggetto fin dai primi istanti. Se volevo lasciare per il momento chiuso il mio sguardo da ricercatrice, le mie orecchie, il mio naso e i miei occhi rimanevano, naturalmente, aperti e soggetti a continue stimolazioni. «I sensi sono un modo per 'dare senso', sullo sfondo inesauribile di un mondo che non smette

mai di scorrere; sono i sensi a produrre le concrezioni che lo rendono intellegibile» (Le Breton, 2006:XII). Un luogo quale un *hawker centre* sollecita tutti i sensi, dando una sensazione di grande coinvolgimento, talora di sopraffazione (ben tradotta in inglese come *overwealming*). E' un luogo dinamico, uno spazio in cui accadono diverse cose in uno stesso momento, in cui una semplice giornata lavorativa si divide in tempi molto specifici, ognuno con una data attività, svolta da persone differenti e con modalità distinte. Nell'approcciarsi allo studio di un mercato, di cui gli *hawker centres* rappresentano una tipologia, bisogna tenere conto dei numerosi punti di vista con i quali lo si intende analizzare. Escludendo le altre discipline, per le quali i mercati possono essere motivo d'interesse scientifico, all'interno della stessa antropologia lo studio può prendere strade diverse e, se non si è consapevoli e preparati, esiste il rischio reale di essere travolti dalla quantità di informazioni e risvolti teorici possibili.

Personalmente, l'interesse per i mercati è cresciuto nel corso degli ultimi anni, a partire da un periodo vissuto in Cina, a Pechino, nel 2012. Un periodo molto solitario, in cui avevo stabilito un appuntamento settimanale con il mercato del quartiere in cui vivevo. La varietà dei prodotti, alcuni sconosciuti, mi ha inizialmente incuriosito. In seguito, ho iniziato ad apprezzare la confusione che vigeva costante e i forti odori, i quali il mio naso ha gradualmente deciso di accettare. A poco a poco mi sono fatta stregare dall'atmosfera vibrante dei mercati cinesi. I venditori delle bancarelle in cui acquistavo il cibo per la settimana mi sono diventati cari, aspettavano il mio arrivo ogni sabato e si prendevano cura di

me, consigliandomi i prodotti e le ricette da cucinare. Da allora, anche nella mia città, aspetto il giorno della settimana in cui c'è il mercato, per comprare quello che mi serve e, se posso, evito di frequentare i supermercati. La scelta troppo vasta di prodotti, per lo più impacchettati, le luci al neon e gli annunci continui all'altoparlante di sconti e offerte, la vaghezza sulla provenienza e la produzione dei prodotti, sistemati ordinatamente da chissà dove, e infine l'odore plastico dei pavimenti lucidati, per questi e altri motivi ho eliminato l'esperienza, per me poco piacevole, del supermercato, sviluppando una sempre maggiore passione per i mercati cittadini all'aperto. La differenza tra i due luoghi citati è già evidente, ma è spiegata in modo quasi poetico in queste righe di Piero Camporesi:

Al mercato [...] lo scambio non è soltanto merceologico ma culturale. Spettacolo, divertimento, approfondimento, il mercato offre, a chi lo osserva non distrattamente, i segreti dei mestieri, delle tecniche, della parola, del gesto. Il macello è stata la prima scuola di anatomia, il primo osservatorio della dissezione sul vivente, il primo punto di catalogazione degli animali. E anche il mercato può essere scuola "superiore" polivalente, anche quando insegna alla scuola dell'astuzia, della scaltrezza, della furberia, affinando l'ingegno, l'osservazione, la vigilanza, l'attenzione. I saperi del mercato, come tutti i processi culturali, si trasmettono attraverso i mediatori, i maestri, il dialogo: fra il compratore e la cosa desiderata è frapposto il mediatore, interprete, trasmettitore e conoscitore.

(Camporesi 1980:238-239)

La signora della bancarella dove compravo la verdura a Pechino mi ha regalato i suoi saperi, nel vendermi i prodotti che conosceva, poiché da lei stessa coltivati insieme al marito, nelle campagne adiacenti la metropoli. In qualità di conoscitrice esperta, quella persona mi

dedicava ogni settimana la sua attenzione, raccontandomi, trasmettendomi e talvolta letteralmente aiutandomi a tradurre i nomi di alcune verdure cinesi prima sconosciute.

Il supermercato invece è il luogo dell'”immediato”, in cui fra il cliente e le cose esposte non si trova nessun informatore, nessuna voce, nessuna presenza mediatrice. Ognuno rimane solo con le sue tentazioni. [...] Vi domina, unico sovrano legittimo e riconosciuto, il Potere d’Acquisto e la Moltiplicazione, spesso gratuita, immotivata. Spazio controllato e chiuso, luogo della non partecipazione, dell’acquisto condizionato, non contrattato, istintivo e gregario, della presenza passiva, trappola dai percorsi obbligati, dalla quale (a differenza della trappola per i topi) si può uscire se la logica dell’acquisto viene rispettata.

(*ibidem*)

Questa drastica visione del supermercato, come un “non-luogo”³⁰ quasi alienante, ribadisce che la vendita del prodotto all’interno, invece, del mercato si basa sul rapporto, la mediazione e la fiducia. Una fiducia che, per essere consolidata, richiede tempo. Essa è possibile solo in un contesto familiare, e ha bisogno del terreno affidabile della storia, cosa che la società moderna sembra essersi dimenticata nella frenesia dei giorni (Connerton 2009).

Esempio perfetto di questa frenesia, Singapore vive nel suo quotidiano questo distacco tra l’esperienza paziente del mercato e quella veloce dei *maxi stores*. Huay Koon Tan, un funzionario della National Environment Agency che ho più volte incontrato, mi ha

³⁰ Il neologismo non-luogo (tradotto dal termine francese *non-lieu*) definisce due concetti complementari ma distinti: da una parte quegli spazi costruiti per un fine ben specifico (solitamente di trasporto, transito, commercio, tempo libero e svago) e dall'altra il rapporto che viene a crearsi fra gli individui e quegli stessi spazi. Il termine francese fu introdotto dall’antropologo francese Marc Augé nel 1992, nel suo libro *Non-lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité*, edizioni SEUIL, Parigi.

testimoniato la graduale sparizione dei *wet market*³¹ nel paese, a scapito della costruzione di sempre nuovi centri commerciali. Mi raccontava di come siano cambiate le abitudini delle famiglie negli anni della modernizzazione, in cui la percezione del tempo si è ridotta, obbligando le persone a fare la spesa la sera, dopo il lavoro, nei sempre aperti grandi magazzini, quando il mercato, attivo dalla mattina presto, sta già dormendo³².

Geoffrey Benjamin prende in prestito il concetto di «formal rationality» di Max Weber (1958:77) per descrivere il modo in cui è organizzata la società singaporiana oggi. Una razionalità che riguarda sfere della vita e strutture, che acquisiscono confini ben delineati solo con l'industrializzazione, e, nel caso di Singapore con la modernizzazione e la gestione della “multiculturalità”, discusse nel capitolo precedente. La razionalizzazione della società è visibile nell'organizzazione dello spazio pubblico. Lo abbiamo visto storicamente nella sistemazione delle strade, lo vedremo negli *hawker centres* per quanto riguarda la situazione odierna. Uno degli obiettivi è dimostrare in che modo gli *hawker centres* rappresentino concretamente la razionalizzazione della società come intesa da Weber, creata, cioè, secondo criteri di: efficienza, prevedibilità, calcolabilità e (graduale) de-umanizzazione, e come sia un processo che, una volta iniziato, continua ad evolvere. Quale sarà, quindi, il futuro di questi luoghi sarà un punto fondamentale di questo lavoro, che permette di lasciare aperti quesiti

³¹ I *wet markets*, a differenza degli *hawker centres*, dove si cucinano e vendono cibi e bevande già cucinati e preparati, sono i mercati delle materie prime quali frutta, verdure, carni, pesce, cereali, spezie. Il termine inglese *wet market* traduce la tipologia di mercati più conosciuta in Occidente. I *wet markets* sono spesso i fornitori degli *hawker centres*, e, in molti casi a Singapore, i due mercati sono posizionati all'interno dello stesso edificio, o in aree limitrofe.

³² Conversazione annotata, 1 dicembre 2015.

teorici per future ricerche. Di certo, la peculiarità storica degli *hawker centres*, il motivo e il modo in cui sono stati creati e il loro ruolo di mantenimento di elementi del passato fanno sì che si tratti di luoghi da poter porre al centro del dualismo tra modernità e passato, quasi a cercare di risolverlo.

Nell'esperienza di campo ho scelto e analizzato in tutte le sue componenti uno degli *hawker centre* dell'isola: lo spazio fisico, le persone, le relazioni e le attività svolte. Questo metodo analitico, tipico dell'antropologia dello spazio, è stato il filo conduttore di tutto il lavoro, con la prospettiva ecologica inaugurata da Tim Ingold, secondo cui «nell'individuo c'è l'intera storia delle sue relazioni ambientali» (2001:92), come fondamento. Studiandone l'ambiente da essi frequentato, sono quindi giunta alla conoscenza dei singaporiani, nelle loro abitudini quotidiane. Fin dal primo giorno, tuttavia, è emersa la necessità imprescindibile di porre attenzione alla sfera esperienziale di questa ricerca, alle mie sensazioni soggettive, le quali non ho voluto mettere da parte, includendole come ulteriore elemento teorico. L'antropologia dei sensi, a partire da una riflessione sul corpo, ha così occupato gran parte delle mie riflessioni di campo e post-campo. Chiaramente, in un luogo dove si preparano, vendono e consumano una vastissima quantità di piatti, il cibo ne è l'elemento centrale. Le modalità in cui il cibo *hawker* è sfruttato come veicolo di creazione di un'identità nazionale singaporiana, saranno esplorate in linea con le teorie dell'antropologia del cibo.

Ambiente, sensi, cibo e identità sono quindi i macro-temi nei quali s'inserisce questo lavoro, temi che si prestano bene come lente per la scoperta degli *hawker centers*, ma che solo attraverso l'osservazione e l'esperienza della quotidianità degli stessi, ne diventano rilevanti.

2. Corporeità e sensorialità come proposta metodologica etnografica

L'idea moderna di progresso nata con l'Illuminismo nel 1700 introdusse nel mondo europeo la fede nella ragione e una visione ottimistica dello sviluppo scientifico e tecnologico. La coniugazione tra ragione e modello sperimentale della scienza avrebbe portato alla scoperta non solo delle leggi del mondo naturale, ma anche di quelle di sviluppo sociale. Questa fiducia nella scienza e nel progresso scientifico-tecnologico e la progressiva affermazione della ragione come base dell'evoluzione sociale ha caratterizzato la cultura occidentale da allora e per tutto il secolo Novecento. Tuttavia, negli ultimi decenni è sorta la necessità di un ritorno al passato, alle origini, a scapito di una modernità percepita come incombente, invadente e oramai invalidante, e questi stessi sono i sentimenti che si stanno risvegliando in diversi ambiti. Un interesse sempre maggiore nei confronti di quei comportamenti che si allontanano dalla tensione verso il progresso, la modernità e la razionalità, e ritornano alla natura, al corpo e alla fisicità sensoriale, si sta realizzando concretamente.

Anche all'interno della nostra disciplina, per ovvie ragioni in linea con gli accadimenti storici e sociali, sono avvenuti cambiamenti paralleli. L'antropologia, che esordì nell'Ottocento come interpretazione dell'ideale moderno di oggettività, tramite l'uso statistico e i questionari, rappresentava, entro i suoi confini, la corrispondenza al modello positivista di quegli anni. Allora l'esperienza etnografica era vista come strumentale alla produzione teorica della disciplina e addirittura sviante dal lavoro di elaborazione teorica. Come affermava Lévi-Strauss, l'esperienza di campo provoca uno «spaesamento cronico» (1960:53), incidendo profondamente, anche a livello fisico, nella produzione di monografie valide per la comunità scientifica.

Abbandonando il suo paese, il suo focolare, per periodi prolungati; esponendosi alla fame, alla malattia, talvolta al pericolo; esponendo le sue abitudini, le sue credenze, e le sue convinzioni a una profanazione di cui si rende complice, quando assume, senza restrizioni mentali né secondi fini, le forme di vita di una società straniera, l'antropologo pratica l'osservazione integrale, quella dopo cui non esiste più nulla, se non l'assorbimento definitivo, ed è un rischio dell'osservatore da parte dell'oggetto osservato.

(Lévi-Strauss, 1967:62-63)

In questa prospettiva, solo il metodo scientifico consente al ricercatore di sfruttare un'esperienza difficile da governare quale l'esperienza di campo. Per Lévi-Strauss, ancora, l'antropologia sociale deve la sua peculiarità al fatto di essere l'unico ramo della conoscenza che si avvale della «soggettività più intima come un modo di dimostrazione oggettiva» (*ibidem*). Da qui, la chiara subordinazione della soggettività all'oggettività che deve trasparire

dai lavori etnografici, tesi che ha portato lo stesso antropologo a eliminare l'esperienza di campo dalle sue opere teoriche.

Questa separazione tra soggetto e oggetto è stato ed è ancora tema di dibattiti e differenze metodologiche nel campo delle scienze sociali. A partire dalla differenza evuzionista tra antropologi "da poltrona" e antropologi sul campo, continuando con la distinzione, testimoniata da Malinowski, tra la raccolta dei dati e l'elaborazione teorica, fino all'irrelevanza del caso specifico rispetto all'analisi funzionalistica della struttura vista in Lévi-Strauss; il ruolo della soggettività dell'antropologo non sarà più un tema secondario, anzi. Malinowski stesso, nonostante in *Argonauti del Pacifico Occidentale* (1922) rappresenti ancora un lavoro di tipo oggettivista e realista, fu il primo a sottolineare l'importanza fondamentale della ricerca sul campo e allo stesso tempo a rivelare, in modo quasi scandaloso, come il campo sia lo spazio di inevitabile riposizionamento personale, descritto senza filtri nei suoi diari di campo pubblicati posteriormente. Quest'ambiguità, che inaugura il metodo dell'osservazione partecipante ma ne svela, nell'intimità del diario, le condizioni emotive e relazionali, rimanda alla problematicità ancora attuale di come trasformare un'esperienza così personale in un resoconto scientifico.

Esemplare in questo senso la risposta di Clifford Geertz, che cerca di superare l'ideale positivistico per cui predominava l'oggetto. Il soggetto diventa centrale nel metodo, il quale, invece della ricerca delle leggi universali che regolano la vita sociale, si predispone all'esegesi interpretativa dei significati culturali. La forza dell'antropologia interpretativa,

fondata dall'antropologo, sta nel proporre lo studio della cultura dal punto di vista dei significati, e non dei dati, o meglio dei dati che richiedono di essere non solo descritti, ma di essere soprattutto "tradotti" nella lingua del ricercatore. Secondo Geertz, il metodo non è un processo estrinseco ma converge con l'oggetto e implica la fondamentale partecipazione del soggetto (1973:11-12).

La svolta interpretativa di Geertz si è storicamente dispiegata in una molteplicità di direzioni. In particolare ritengo interessanti per questo mio lavoro quegli orientamenti che, raccogliendo in chiave originale i suggerimenti prodotti dalle teorie interpretative della cultura, ne aggiungono una riflessione sull'etnografia come esperienza vissuta, e insistono sulla dimensione pratica, soprattutto corporea e sensoriale, e relazionale della ricerca sul campo. A partire dagli anni '90 del Novecento molti studiosi iniziano a parlare di incorporazione quale modo di pensare la soggettività e iniziano ad ammettere non solo la possibilità ma soprattutto la necessità teorica di un'antropologia che inizi dal corpo. Questo concetto di *embodiment* è stato centrale nella riflessione antropologica (Merleau-Ponty, 1945; Bourdieu, 1972; Csordas, 1990; Wikan, 1992; Ingold, 1994) e inizia a rappresentare un modello teorico ed epistemologico di un'antropologia nuova, piuttosto che un ambito di ricerca ancora da esplorare. Il testo fondante di questa prospettiva, prima opera in cui si pongono le basi per un'antropologia del corpo, è il saggio pionieristico di Marcel Mauss *Tecniche del corpo*, del 1936, che inaugura gli studi sulla corporeità come oggetto privilegiato di costruzione culturale. Con l'espressione "tecniche del corpo", l'antropologo francese

intende: «i modi in cui gli uomini, nelle diverse società, si servono, uniformandosi alla tradizione, del loro corpo» (1977:385). E continua affermando:

Dico bene le tecniche del corpo, perché si può costruire la teoria della tecnica del corpo partendo da uno studio, da una esposizione, da una descrizione delle tecniche del corpo. [...] In ogni caso bisogna procedere dal concreto all'astratto, e non viceversa.

(*ibidem*)

Secondo Mauss, ogni società ha abitudini proprie per quanto riguarda gli atteggiamenti e l'uso del corpo, e tali abitudini sono di natura sociale. Quest'idea di abitudine come nozione sociale è definita *habitus*, e rappresenta l'insieme delle abilità che si realizzano attraverso l'uso del corpo, comprensibili solo tenendo conto del nesso indissolubile tra elemento sociale, psicologico e biologico, il «triplice punto di vista dell'uomo totale» (1936:389-390).

Anche il filosofo Maurice Merleau-Ponty offre un importante contributo teorico affermando che: «in quanto veicolo del nostro essere al mondo, il corpo è altra cosa rispetto al meccanismo senza interiorità cui l'ha ridotto la scienza» e ancora che: «il corpo precede la differenziazione tra soggetto e oggetto» (2003:130-147). Inoltre, a Merleau-Ponty si deve anche la definizione di “percezione”, ripresa dagli studiosi dei sensi, come «la conseguenza del filtraggio effettuato sull'interminabile scorrimento sensoriale cui l'uomo si trova immerso» (2003:152). Nell'opera che intitola proprio *Fenomenologia della percezione*, si comprende come i sensi siano ritenuti sempre presenti nella loro totalità. Il mondo scorre e l'individuo ne è immerso e sente la sinestesia tra il mondo e il suo corpo. E' l'individuo a

mantenere il controllo sull'esperienza sensoriale ed è solo grazie alla dimensione del senso che si può evitare di restare spiazzati nel caos di questa totalità. «La percezione sinestesica è la regola» scrive Merleau-Ponty (*ibidem*, p.416), non è una somma di dati ma una ricezione globale del mondo che, in quanto tale, sollecita ininterrottamente tutti i sensi.

Tornando al corpo prima dei sensi, Thomas Csordas riprende le brillanti affermazioni di Merleau-Ponty nel suo testo *Embodiment as a Paradigm for Anthropology* (1990) ribadendo che nel corpo si può trovare la soluzione al problematico dualismo tra soggetto e oggetto, tra cultura e natura, ed esso diventa quindi il centro dell'analisi culturale. «This approach to embodiment begins from the methodological postulate that the body is not an *object* to be studied in relation to culture, but is to be considered as the *subject* of culture» (Csordas, 1990:5). Csordas denomina la sua prospettiva «fenomenologia culturale» e parla di «forme somatiche di attenzione» e di «riflettività» (1990:29), due concetti da lui coniatati ed entrambi da mettere in pratica nell'incontro con l'altro. L'antropologo deve, in poche parole, usare il proprio vissuto ai fini etnografici, sfruttando la capacità di lasciarsi coinvolgere nell'esperienza altrui, facendolo *in primis* mediante il corpo.

L'implicazione corporea dello studioso sul campo diventa un prerequisito fondamentale per la costruzione della conoscenza: ecco come l'esperienza e la corporeità diventano assi portanti di una proposta metodologica che rinnova il concetto di “partecipazione”.

Non solo di corporeità, la visione della ricerca etnografica comincia ad arricchirsi più recentemente anche di sensorialità e atteggiamento pragmatico, in contrapposizione a una vigile razionalità come unica fonte di conoscenza. Il dubbio nascente sta ora nella considerazione del carattere personale e sensoriale dell'esperienza, quale causa di difficoltà o al contrario possibilità di risorsa conoscitiva.

Nell'introduzione al testo *La scrittura dell'altro* (2005), una raccolta di quattro saggi di Michel De Certeau sulla scrittura quale forma del sapere occidentale nell'incontro con l'altro, Ugo Fabietti e Silvana Borutti descrivono questo carattere problematico della disciplina come una opacità dell'altro, unendo la questione della legittimazione del sapere con la problematicità dei sensi e della loro origine. Questa problematicità sta nell'idea d'infondatezza del senso che esiste nel dibattito antropologico. La recente nascita del ramo dell'antropologia dei sensi si è mossa per dare una risposta positiva al quesito se il mondo sensoriale rappresenti oppure no il mondo reale e se contribuisca, quindi, alla conoscenza. Micheal Herzfeld risponde con un'antologia che procede analizzando i grandi temi dell'antropologia secondo una *Pratica della teoria nella cultura e nella società*, titolo della sua opera. Questa definizione, volutamente provocatoria, rileva l'importanza di una stretta convergenza concettuale tra teoria e pratica, alla ricerca di una «via media» in un'antropologia «con il mondo» (Herzfeld, 2006:XVII). Secondo l'autore, l'osservatore è idealmente sempre collocato nell'osservazione: lui, il suo corpo e tutti i suoi sensi, imprescindibilmente connessi. Il tono provocatorio continua, accusando gli antropologi di

presunzione nel voler capire il mondo nonostante l'etnocentrismo, la loro cornice interpretativa di riferimento, inevitabilmente presente. Il malinteso che esiste in ogni lavoro etnografico sta nella costante evidenza di questo etnocentrismo. Dato per assodato ciò, Herzfeld ritiene che l'antropologia si occupi proprio di malintesi, poiché essi sono il risultato di differenti «sensi comuni» (2006:94), i quali diventano il vero oggetto di studio dell'antropologia. E' definito "senso comune" la comprensione quotidiana di come funziona il mondo, radicata sia nelle esperienze sensoriali (individuo) sia nelle pratiche politiche (società). Questa definizione è creata e contraddetta nelle righe della stessa pagina, considerata scorretta in antropologia, perché indicherebbe la ricerca di una forma socialmente accettabile di cultura, tanto variabile quanto sono le forme sociali e culturali.

Anche David Le Breton, uno dei più noti studiosi di antropologia del corpo, che molto ha da dire a proposito dei sensi, scrive riguardo l'inevitabile malinteso dell'occhio soggettivo con cui si guarda il mondo. Il mondo sensoriale, percepito attraverso una costante operazione di filtraggio degli stimoli esterni, non rappresenta il mondo reale ma la sua interpretazione, diventando mondo dei significati. «Di fronte al mondo l'uomo non è mai un occhio, un orecchio, una mano, una bocca, ma uno sguardo, un ascolto, un tocco, un modo di assaporare» (2006:38), e quindi un'attività individuale, sempre diversa. Nel suo imponente lavoro, che affonda concretamente ed elegantemente la presunzione di una conoscenza oggettiva, Le Breton conclude che:

il mondo è fatto della sostanza dei nostri sensi, ma si offre a noi attraverso significati che ne modulano le percezioni. Il compito di capire è infinito. Come il pittore o il musicista, l'antropologo non ha la pretesa di esaurire il proprio oggetto: lo sfiora soltanto, ponendo alcune questioni, ed è la sua unica ambizione

(2006:459)

Continuando con una breve esposizione dei lavori preliminari sull'ambito dei sensi, prima degli antropologi si pongono due studiosi dei mezzi di comunicazione: Marshall McLuhan e il suo allievo Walter Jackson Ong. In particolare l'idea promotrice di un'antropologia dei sensi di Ong, per la quale «data una sufficiente conoscenza del *sensorium* utilizzato in una cultura si potrebbe probabilmente definire la cultura virtualmente nella totalità di tutti i suoi aspetti» (1967:6) ha incoraggiato le successive ricerche nel campo.

In ambito antropologico, è nuovamente Lévi-Strauss pioniere dell'esplorazione dei codici sensoriali nel primo volume dell'opera collettiva *Mythologiques* (1964). Nella sezione intitolata *Fuga dai cinque sensi de Il crudo e il cotto*, pubblicato in italiano nel 1966, l'autore delinea in che modo le opposizioni tra le sensazioni possano essere trasportate, ad esempio, da quelle di un senso come l'udito a quelle di un'altra modalità di senso come il gusto, e come esse siano a loro volte collegate in coppie di opposizioni concettuali, quali natura e cultura o vita e morte, che tentano di risolversi nel pensiero mitico. Tuttavia,

l'antropologo strutturalista si limita all'analisi dei codici sensoriali dei miti senza conquistare il passaggio dell'analisi sensoriale della cultura nel suo insieme.³³

Influenzato sia da McLuhan che da Lévi-Strauss, Anthony Seeger (1975, 1981), ha analizzato in che modo i Suyà del Mato Grosso in Brasile classificano gli esseri umani e le piante in relazione ai loro tratti sensoriali. Interessante, ad esempio, la connessione presunta tra l'odore ritenuto profumo delicato che caratterizza gli uomini e lo sgradevole odore penetrante che caratterizza le donne e i bambini, poiché contraria all'associazione tra uomo, donna e odori a cui siamo abituati in Occidente.

Nel campo dell'etnomusicologia, è Steven Feld a essere maggiormente influenzato dalla sensorialità (1982, 1986, 1991), esaminando il ruolo del suono nel pensiero classificatorio e nelle performances artistiche dei Kaluli della Papua Nuova Guinea. Feld stabilisce essere l'udito il senso al quale i Kaluli attribuiscono maggiore importanza culturale. Nei due lavori sopra citati di Seeger e Feld, si nota un ribaltamento nelle modalità di concepire i sensi rispetto al mondo occidentale, in cui vige il primato della vista. Inoltre, in ciascuno dei due casi, la spiegazione dei sensi e del loro primato viene trovata nelle forme delle teorie indigene di significato.

³³ Per un lavoro più approfondito e una critica al limitato lavoro sui sensi di Claude Lévi-Strauss si veda Classen Costance, 1993, *Worlds of Sense. Exploring the Senses in History and Across Cultures*, Routledge, Londra e New York, in cui Classen afferma che l'antropologo francese «è più rivolto a tracciare le operazioni della mente che ad analizzare la vita sociale dei sensi» (p.19 traduzione mia).

Nonostante le citate ricerche preliminari, l'antropologia dei sensi non nasce come campo d'indagine distinto fino alla fine degli anni Ottanta, quando Paul Stoller afferma la necessità per gli antropologi di «aprire i loro sensi ai mondi dei sensi degli altri» (1989:25, traduzione mia), argomentando che occorre produrre etnografie «di buon gusto (*tasteful*), vivide descrizioni letterarie di odori, sapori, cibo» (1989:29, traduzione mia), un chiaro invito agli antropologi ad allontanarsi dal visualismo occidentale. Per giungere a queste conclusioni, Stoller ha effettuato la sua ricerca presso i Songhay del Niger, esplorando l'importanza di aspetti quali il profumo, le salse in cucina e la musica, nella loro vita quotidiana.

Oggi, le grandi scuole dedicate allo studio dei sensi si dividono tra gli Stati Uniti, con Paul Stoller e Nadia Serematakis, e il Canada, con Constance Classen e David Howes. I primi attuano un approccio più descrittivo ed evocativo nelle ricerche, dedicando spazio al legame tra mondo dei sensi e mondo dei ricordi. Serematakis afferma che, nell'intraprendere la strada di un'antropologia dei sensi, la sua intenzione è di riscoprire le «inclinazioni percettivo-sensoriali spesso nascoste, delle società tradizionali, recuperando in tal modo la memoria culturale radicata nei ricordi personali e negli artefatti materiali» (1994:9-12). Secondo la studiosa, in certi oggetti si può percepire l'«odore del passato», e si possono quindi, di conseguenza creare associazioni affettive tra immagini del passato ed esperienze del presente, nella descrizione del «paesaggio olfattivo di una data società» (1991:3-4).

Constance Classen (1993, 2013) e David Howes (1991, 2013), afferenti alla Concordia University di Montreal, esortano affinché un numero sempre maggiore di studiosi persegua

un approccio sensoriale alla cultura, trasmettendo una visione ottimista ed entusiasta a riguardo. Uso il termine ottimista poiché esiste ancora la concreta difficoltà nella registrazione dei dati del mondo sensoriale, questo tra l'altro il motivo per cui lo sviluppo degli studi sui sensi è stato in passato inibito. Proprio per questo le future ricerche della Concordia University e altri, saranno essenziali.

Se precedentemente nelle parole di Silvana Borutti e Ugo Fabietti si parlava di opacità dell'altro, l'approccio nascente grazie ai sensi è spostato ad una visione positiva, in cui si considera l'antropologia come una chiara pratica della differenza, e non dell'identità, e per questo ci si può e deve permettere una sorta di diritto all'opacità nelle lenti con cui si guardano le altre culture, e l'antropologia dei sensi si muove in questo senso. L'espressione "antropologia dei sensi", tuttavia, marginalizza come specialistico un argomento che dovrebbe essere di centrale interesse per uno studio comparato delle culture e delle società. Il rischio, altrimenti, è che i sensi rimangano marginali nella descrizione etnografica. Tutta l'antropologia dovrebbe, invece, riconoscersi come interessata alla sfera sensoriale, non solo perché è la prima a entrare in gioco una volta sul campo ma anche perché è il parametro con cui noi antropologi misuriamo l'incontro con l'altro e con una diversa gamma di semiosi culturale, qualunque siano le domande di ricerca che ci poniamo prima dell'esperienza di campo. La proposta è, quindi, di adoperarsi per la costruzione di un'antropologia che parta dalla sfera corporea, in senso specificamente etnografico. Il passaggio dall'incorporazione come oggetto di analisi, all'incorporazione come metodo di ricerca sta gradualmente

avvenendo. Lo stesso antropologo si sottoporrà a un processo di apprendimento sensoriale ogni qualvolta intraprenda una ricerca, come auspicato da Paul Stoller nelle sue parole:

E' veramente fondamentale incorporare nei lavori etnografici la sensorialità del corpo- i suoi odori, i suoi gusti, il suo aspetto, le sue sensazioni. Tale inclusione riveste una particolare rilevanza nelle descrizioni etnografiche della società in cui la nozione eurocentrica di testo- e di interpretazioni testuali- non è importante. Ho sottolineato altrove perché è importante, a livello concettuale e analitico, considerare in che modo, nelle società non occidentali, la percezione si dispieghi non solo dalla visione (e dalle connesse metafore della lettura e della scrittura), ma anche dall'odorato, dal tatto, dal gusto e dall'udito. In molte società questi sensi minori, che nel loro complesso reclamano a gran voce una descrizione sensoriale, sono centrali per l'organizzazione metaforica dell'esperienza.

(1997: XV-XVI)

3. Lo studio relazionale dei luoghi

Preso coscienza del ruolo primario del corpo e dei sensi, innovativo e necessario in etnografia, esploro l'aspetto relazionale dell'incontro tra corpi diversi, e il contesto in cui quest'incontro avviene. Lo studio dei luoghi in antropologia pone all'inizio la questione della relazionalità, argomento fondante in una disciplina che si occupa della scoperta dell'altro. Dal corpo, dall'organismo, si passa allo studio della relazione tra i corpi, e infine al contesto in cui questa relazione avviene: lo spazio. Il nesso uomo-luogo è stato problematizzato efficacemente in questi ultimi anni, ponendolo entro una prospettiva di ricerca multidisciplinare. In particolare ritengo utili, per questo lavoro di ricerca, «l'analisi

dell'organizzazione sociale dello spazio mediante forme che riproducono determinati valori sociali, il ruolo della storia e delle istituzioni sociali nel generare l'ambiente costruito, la relazione tra lo spazio e il potere e il modo in cui lo spazio e le azioni umane sono collegate ai processi mentali e alle percezioni del sé» (Ligi, 2003:244).

A partire dagli anni '70 del Novecento si comincia a delineare, non solo in antropologia ma anche in altre discipline, la convinzione che i luoghi fisici della vita quotidiana delle persone non siano mai neutri, indipendenti, spazi entro i quali gli individui mettono in atto le loro azioni ma si tratti, invece, dell'esatto contrario. Di relazionalità, in questo senso, parlava Ernesto de Martino, in *La Fine del Mondo* (1977), usando il concetto di «presenza» per descrivere la natura dell'essere umano come un “esserci” piuttosto che un “essere” nel mondo, non un elemento a-storico, ma sempre connessa con lo spazio e il tempo, *hic e nunc*, in cui agiamo. E' il *dasein* (traducibile in italiano proprio come “esser-ci”) di cui parla in filosofia Martin Heidegger, il cui discorso analitico sull'esistenza, messo in campo nell'opera *Essere e Tempo* (1927) intende chiarire cosa sia l'essere attraverso l'esser-ci. L'esistenza si connota così per Heidegger secondo il nostro “essere-nel-mondo” (espressione che esplicita come nella filosofia heideggeriana non sia pensabile l'io senza immersione nella totalità dei rapporti con l'ambiente circostante). Un esserci qui e ora, intrinsecamente legato allo spazio, che comporta un duplice costituirsi entro forme specifiche sia della presenza che

del mondo (individualità e società)³⁴. Questo esserci non è mai astratto ma ha sempre a che fare con un luogo e un tempo: gli individui *ci* sono piuttosto che *sono*. L'importanza della relazionalità è riconosciuta non come un'astrazione metafisica ma come un'esperienza di sé (e del proprio corpo): è dalla relazionalità che sorge il mondo e non viceversa.

Questa natura localizzata dell'essere umano viene analizzata anche nel concetto di Clifford Geertz di pensiero, il quale non avviene nella mente ma è un fatto sociale. Il pensare (*to think*) e il sentire (*to feel*) non sono azioni chiuse in se stesse ma reti continue di connessioni con ciò che è esterno all'uomo, e si creano a partire dal contatto con il mondo esterno. Questo nesso tra uomo e luogo, tra le relazioni sociali e lo spazio fisico in cui queste relazioni avvengono, rende la cultura come «ciò che gli esseri umani fanno *intersoggettivamente*, attraverso l'esperienza *intercorporea*, ciascuno articolando in modo personale e indeterminato i repertori incorporati condivisi» (Malighetti, Molinari, 2016: 203). Di questi repertori incorporati si sono occupati gli studi di antropologia cognitiva, che si pongono l'obiettivo di far luce sui processi mentali di base attraverso i quali gli esseri umani elaborano le loro conoscenze sul mondo e che hanno sviluppato una distintiva attenzione per il contesto e l'esperienza. Tra questi il connessionismo, un modello esplicativo della cognizione umana nato intorno alla meta degli anni '80 del Novecento, ha applicato la

³⁴ La *presenza* in senso antropologico, nella definizione di De Martino, è intesa come la capacità di conservare nella coscienza le memorie e le esperienze necessarie per rispondere in modo adeguato ad una determinata situazione storica, partecipandovi attivamente attraverso l'iniziativa personale e andandovi oltre attraverso l'azione. La presenza significa dunque *esserci* (il *dasein* heideggeriano) come persone dotate di senso, in un contesto dotato di senso (De Martino, 1977).

cosiddetta “teoria degli schemi”, vicina al concetto di repertori incorporati, rilevando il ruolo centrale della corporeità sul piano etnografico. L’antropologia cognitiva d’ispirazione connessionista elabora una teoria del pensiero e dell’apprendimento che «riconosce un’importanza basilare all’esperienza fatta con il corpo» (Piasere, 2002:73). Secondo questa teoria la mente è radicata nel corpo, il quale è dato prima della cultura, esercitando un ruolo fondamentale sulla genesi dei concetti. Si parla di schemi come di categorie mentali che si formano nell’interazione con l’ambiente, e non predeterminati geneticamente. La cultura diviene quindi un insieme complesso di schemi empiricamente appresi, integrati, e parzialmente condivisi (Piasere, 2002). Nella teoria connessionista degli schemi si parla, inoltre, di trasmissione culturale. Gli schemi culturali si acquisiscono attraverso esperienze ripetute, e la trasmissione del sapere quotidiano ha un carattere implicito, informale, e si attua per mimesi, tentativi ed errori. Per questo motivo la teoria degli schemi viene accostata alle teorie della pratica di Pierre Bourdieu, considerato un proto-connessionista (Piasere, 2002:84).

Tra le critiche alla corrente connessionista, Thomas Csordas accusa l’aver relegato il corpo a fonte oggettiva di conoscenza, un oggetto inteso «soltanto come fonte d’informazioni [...] e non come sede della soggettività e base dell’intersoggettività» (1999:29). Ora, a differenza del passato, la visione della cultura come un processo che parte dal corpo e dall’esperienza inter-relazionale dei corpi, e dei corpi con l’ambiente, si contrappone fermamente all’oggettivismo. La distanza tra soggetto e oggetto nella ricerca della conoscenza

si accorcia sempre di più e, a questo punto del dibattito antropologico, la visione strutturalista di Lévi-Strauss, per cui la struttura è una *forma mentis*, l'insieme di categorie inconscie che l'essere umano ha in sé in quanto membro della stessa specie fin dalla sua nascita e precedentemente a qualsiasi contatto esterno, sembra inconcepibile.

Tuttavia, se soggetto e oggetto sono sempre più vicini, esiste ancora il dualismo che li contraddistingue. Tra l'aspetto oggettivo, macro sociale, in cui domina la struttura e l'aspetto soggettivo, ovvero l'individuo, con tutte le sue azioni e significati, vige ancora un distacco a prima vista irrisolvibile.

Nei primi anni '70 del Novecento, con l'approccio interpretativo di Clifford Geertz, vi è una svolta efficace, vista in precedenza nel concetto sociale di pensiero, ma anche nel concetto di conoscenza come un'operazione di traduzione di sistemi di significato diversi. Il momento chiave della ricerca etnografica è, secondo Geertz, la descrizione dei sistemi nativi di significato. Nonostante questi ultimi siano di difficile accessibilità diretta per un soggetto esterno, la descrizione deve essere densa (*thick*³⁵), il più possibile vicino alle rappresentazioni emiche. Presa consapevolezza del problema dell'inaccessibilità delle stesse, l'unica possibilità per il ricercatore è l'uso dei sistemi nativi propri di significato per interpretarne di nuovi: «le descrizioni sono antropologiche perché sono, di fatto, gli antropologi ad avanzarle», «sono parte di un sistema in evoluzione di analisi scientifica» (Geertz, 1987: 23). Ed è qui che

³⁵ Concetto coniato da Gilbert Ryle, *The Concept of Mind*, University of Chicago Press. Si veda Geertz, 1987, *Interpretazione di culture*, p.12.

nascono i limiti interpretativi. Se da un lato la teoria interpretativa della cultura pone l'importante idea che ogni azione, ogni fenomeno, debba essere intersoggettivo, descritto e interpretato, allo stesso tempo si rischia di giungere a un'eccessiva "iper-culturizzazione", alla presunzione di dare un significato a ogni evento. Inoltre, si giunge a una visione proiettivista della cultura, in cui non ci si pone il quesito di come si creino e si trasmettano i significati ma ci si limita a cercarli lì dove già stanno. Il grande ostacolo è l'incapacità di formulare qualsiasi tipo d'informazione che vada al di fuori del soggetto del ricercatore.

Come fare, dunque, per uscire dalla dicotomia tra soggetto e oggetto? Se da un lato il funzionalismo e lo strutturalismo, con Lévi-Strauss in prima linea, hanno causato l'imperialismo della totalità sociale a scapito dell'individuo e delle sue azioni, dall'altro, a partire da Geertz, l'ermeneutica, la metodologia dell'interpretazione continua, ha posto il soggetto agente in una posizione di preminenza sulla struttura, in una deriva iper-soggettivista. Concludendo il suo discorso sulla mente umana, Geertz afferma che:

Le risorse culturali sono ingredienti fondamentali, e non già semplici accessori, del pensiero umano. [...] Questo implica che il pensiero umano è in primo luogo un atto palese svolto con i materiali oggettivi della cultura comune, e solo secondariamente una questione privata. [...] I processi mentali dell'uomo si svolgono sul banco dello studente o sul campo di calcio, nello studio dell'artista o sul sedile del camionista, sul marciapiede di una stazione, davanti a una scacchiera, o al banco del giudice»

(Geertz, 1987:106)

...o nel chiosco di un mercato. Di nuovo, il pensiero è posto al di fuori della soggettività. Esso si crea nel contatto con le altre persone, con i luoghi e con gli oggetti del mondo concreto. Il corpo legge la densità culturale (*thickness* di Geertz) dei luoghi e la conferma nel contesto emico e nel contesto etnografico.

I paradigmi, discussi nel paragrafo precedente, sull'incorporazione e l'importanza della dimensione sensoriale nei processi di conoscenza, si collocano sulla scia di queste indicazioni pioneristiche. Tuttavia, nonostante gli antropologi *dal* corpo accolgano l'attitudine riflessiva inaugurata da Geertz, radicalizzandola, essi ne espongono i limiti sul piano metodologico. La critica al modello etnografico geertziano è di non valorizzare la partecipazione in quanto esperienza soggettiva, coinvolgimento diretto del ricercatore, il quale per comprendere deve attuare, invece, una partecipazione radicale, muovendosi «con gli altri, insieme a loro, nel contesto delle loro attività» (Turner, 1985:295, traduzione mia).

La condivisione dell'esperienza per giungere alla comprensione più vicina dei significati emici non avviene, perciò, più né nel linguaggio né nell'osservazione, ma nell'azione, «non basta 'essere là, bisogna 'agire-con» (Malighetti, Molinari, 2016:195). L'oggetto di ricerca dell'antropologia diviene dunque la natura localizzata dell'azione e interazione sociale. In questo quadro concettuale, la teoria della pratica di Pierre Bourdieu, e la teoria della strutturazione di Anthony Giddens rappresentano il fondamentale modello interpretativo della successiva antropologia dello spazio.

Entrambi gli antropologi uniscono le attività umane dell'essere e dell'agire in un processo ininterrotto di *autopoiesi*. Un sistema autopoietico ridefinisce in continuazione se stesso, attraverso una rete di processi, creazioni, trasformazioni e distruzioni che, interagendo tra loro, sostengono e rigenerano continuamente lo stesso sistema. Si tratta della capacità, propria di tutti gli esseri viventi, «di organizzarsi sfruttando l'ambiente e riferendolo a sé» (Ligi, 2003: 254).

La teoria, che Giddens chiama strutturazione, si basa sulla premessa dell'eliminazione del dualismo tra soggetto (agente sociale) e oggetto (struttura), nella convinzione dell'inseparabile intersezione tra gli stessi. I sistemi sociali si creano e riproducono nella relazione tra la struttura e gli individui, senza alcun primato di uno sull'altro. L'interazione è l'attività principale dell'agente all'interno del sistema sociale, in un determinato spazio e tempo: «it can be understood as the fitful yet routinized occurrence of encounters, fading away in time and space, yet constantly reconstituted within different areas of time-space» (Giddens, 1984:86).

Un'interessante soluzione di superamento del dualismo tra soggetto e oggetto, tra fenomenologia e strutturalismo, tra individuo e società, tra micro e macro, si trova anche nelle precedenti teorie della pratica inaugurate da Pierre Bourdieu nel 1972. Il sociologo francese è considerato come mediatore tra questi due poli conoscitivi, in una nuova visione sia dell'esperienza etnografica sia dell'epistemologia antropologica. Nell'opera *Outline of a Theory of Practice* (1972) Bourdieu offre risposte e allo stesso tempo pone questioni nuove,

partendo da alcune premesse fondamentali. Attraverso il significato originario del termine *habitus*, usato precedentemente da Marcel Mauss per intendere le abilità che si realizzano attraverso l'uso del corpo, Bourdieu esprime l'idea che queste abilità, che altro non sono che comportamenti abituali, siano modificabili costantemente mediante le pratiche sociali, nella relazionalità con gli altri e con l'ambiente. L'*habitus* rappresenta, quindi, un modo di essere ma anche di agire, il risultato dell'organizzazione degli stimoli esterni, e per questo è tanto sociale quanto specifico di ogni individuo. Enfatizzando l'aspetto pratico del processo conoscitivo, Bourdieu pone la centralità del corpo come fondamento della vita sociale attraverso i due processi sempre in atto di «interiorizzazione dell'esteriorità e di esteriorizzazione dell'interiorità» (Bourdieu, 2003: 206). In quest'ottica, il corpo legge la struttura dello spazio ambiente e la assorbe, e il processo di socializzazione assume un carattere anzitutto pratico. Gli *habitus*, quali predisposizioni corporee abituali, sono prodotti dalle strutture costitutive di un dato ambiente. Queste «strutture strutturate predisposte a funzionare come strutture strutturanti» (Bourdieu, 2003: 175) evidenziano la natura auto-organizzatrice dei sistemi autopoietici, dei quali fa parte l'essere umano. Nel porre come oggetto di ricerca non l'individuo né la società, ma la relazione fra gli stessi, si nota il carattere riflessivo di questa antropologia, in cui conta la relazione tra l'agente e lo spazio sociale. Rilevando questa importanza dell'azione e dell'agente (individuo) sulla struttura (campi), Bourdieu è ritenuto un precursore dell'antropologia del corpo. Tuttavia, se si fosse limitato a questo, saremmo ancora al punto di partenza per quanto riguarda la dicotomia tra

soggetto e oggetto. Diversamente, il lavoro del sociologo costituisce il passaggio fondamentale per il superamento di quest'opposizione cartesiana, e per l'unione dell'approccio fenomenologico con quello strutturale, poichè propone una teoria basata sulle pratiche, in cui l'*habitus* ne è il concetto chiave e il «principio generativo e strutturante sia delle strategie (individuali e collettive) che delle pratiche sociali» (Ligi, 2003:256).

Il grande contributo di Bourdieu sta nell'aver concettualizzato la cultura come l'insieme di *performances* messe in atto nell'interazione, per definizione sempre creative e diverse. "Performare" significa modificare costantemente, mediante l'intenzionalità (*agency*) dell'individuo, creando di volta in volta reti di significati diversi, sia nel rapporto con gli altri sia con le componenti ambientali. Le componenti individuali dell'interazione (gli *habitus* differenti) trasformano il sistema sociale a partire dalle azioni. La domanda che si pone a questo punto è, dunque, come fare per accedere a questi significati? Ci si deve predisporre all'analisi della dimensione performativa delle pratiche, eliminando completamente il limite di un'etnografia quale mera osservazione, solo così «l'esperienza diretta è fonte di conoscenza, in quanto impegna tutta la dimensione sensoriale e pratica» (Malighetti, Molinari, 2016:194).

Porsi all'interno della dimensione pratica e performativa, come proposto da Bourdieu, richiede allo stesso tempo di porre attenzione al contesto in cui si svolgono le attività. Le persone agiscono nei confini di alcuni spazi, i quali, come già detto, non sono neutri ma

agiscono a loro volta sulle persone. Questa ricorsività nel rapporto tra ambiente e persone è alla base delle più recenti e interessanti ricerche di antropologia dello spazio.

Nel panorama contemporaneo, per la sua interdisciplinarietà e profondità teorica, spicca la proposta di Tim Ingold. Prima biologo poi antropologo, con un orientamento naturalistico che sfrutta esempi del mondo naturale per sostenere concetti antropologici, Ingold si pone allo studio degli organismi e del rapporto tra organismi e ambiente mediante una prospettiva definita da lui stesso ecologica, basata, cioè, sulla relazione anziché la separazione tra uomo e ambiente. L'uso del termine "ecologia", dal greco *oikos*, casa, esprime bene questo fondamento nella visione dell'antropologo, poiché suggerisce un'idea di appartenenza e familiarità, opposta al concetto di ambiente (natura) come uno sfondo neutro, separato dall'individuo (cultura).

Poiché un ambiente può essere riconosciuto soltanto in relazione a un organismo di cui esso è ambiente; poiché, in altre parole, è la figura che pone in essere lo sfondo, il processo di formazione dell'organismo è anche il processo di formazione del suo ambiente.

(Ingold, 2001:91)

Questa nuova ottica si sviluppa dalla critica alla visione del corpo come composto da una parte biologica, genetica, e una parte culturale, tesi sostenuta dagli approcci fenomenologici, i quali sostenevano l'incorporazione della cultura, tra cui emerge Thomas Csordas. Secondo

Ingold, enfatizzare il corpo a discapito della mente (come fa Csordas) non è la soluzione per eliminare il dualismo cartesiano tra i due elementi. Anzi, se la persona è un aspetto dell'organismo e la vita sociale è un aspetto della vita organica è indifferente parlare di "incorporazione" (*embodiment*) o di "in-menta-mento" (*enmindment*)³⁶ (Ingold, 2001:72). Organismo e ambiente non sono più domini indipendenti ma diventano inseparabili, porosi e legati da reti di relazioni continue: «nell'organismo c'è l'intera storia delle sue relazioni ambientali» (Ingold, 2001:92). L'innovativa visione delle strutture della coscienza come relazioni di tipo biologico a tutti gli effetti inaugura la «dwelling perspective» (Ingold, 2001:111), tradotta come prospettiva dell'abitare. Da qui l'importanza basilare del ruolo del contesto nel processo di sviluppo dell'essere vivente, poichè mediante le relazioni sociali e ambientali la mente introflette (*enfolding*) quest'ultime nelle strutture della coscienza. La mente è ritenuta, quindi, ambiente e organismo allo stesso tempo (Ingold, 2001:72). Ed ecco che si crea la dissonanza con la tesi di Clifford Geertz secondo cui la cultura è:

un sistema organizzato di simboli significanti, condiviso da una comunità e relativamente impermeabile al passare del tempo e delle generazioni, che informa il materiale grezzo dell'esperienza offrendo una direzione al sentire e all'agire umano.

(Ingold, 2000:160)

³⁶ Ingold usa i termini *embodiment* e *enmindment* per descrivere le due facce di una stessa medaglia, ovvero dell'attività dell'organismo (umano) nel suo contesto sociale e fisico. Nel fare ciò, egli sottolinea l'impossibilità di separare corpo e mente nel processo di sviluppo: «It would seem just as legitimate to speak of enmindment as of embodiment, to emphasise the immanent intentionality of human beings engagement with their environment in the course of perception» (Ingold, 1988:27).

Questa impostazione è definita da Ingold come prospettiva del costruire (*building perspective*, 1994, 2000), e mantiene sempre alla base la separazione tra la mente e il mondo, il quale deve essere ricostruito nella mente prima di intervenirevi (Ingold, 2001:121,122). E ancora, l'affermazione di Geertz secondo cui «uno dei fatti più significativi è che noi tutti cominciamo con l'equipaggiamento naturale adatto per vivere mille tipi di vita, ma finiamo con l'averne vissuta solo una (Geertz, 1987:27) viene contestata da Ingold, convinto che ciò da cui ciascuno di noi ha inizio sia un sistema che evolve. La cultura non è, perciò, un qualcosa di aggiunto agli organismi, né è altra cosa rispetto alla biologia (Ingold, 2001: 77,79).

Il processo di sviluppo degli organismi, quello che permette di acquisire cultura, è un'operazione di auto-organizzazione, la stessa autopoiesi di cui parlano Giddens e Bourdieu. L'organismo, a differenza di quanto sostenuto da Geertz, non è costituito da una sorta di programma preesistente alla concretezza degli individui. Con un efficacissimo esempio Ingold sostiene questo argomento:

Imparando a camminare, il bambino impara anche a camminare nel modo approvato dalla sua società: non è che questo modo sia per così dire aggiunto a un generalizzato bipedismo, che è miracolosamente apparso per conto suo, prima dell'entrata del bambino nel mondo. Quindi non esista la "locomozione bipede", distintamente dai vari modi in cui la gente di fatto cammina; non vi è una "essenza" predefinita dell'attività, che si possa isolare dalla performance dell'attività stessa in tempo reale.

(Ingold, 2001:62-63)

Questa potenzialità di evolvere il proprio sistema, propria degli organismi, può essere la chiave per risolvere la nodosa questione della separazione tra corpo, mente e cultura, chiamata da Ingold «tesi della complementarità», ovvero un postulato secondo cui «le forme organiche, le capacità intellettuali e le disposizioni comportamentali degli esseri umani (separate tra loro) sono specificate e determinate indipendentemente e prima del loro coinvolgimento nei contesti pratici dell'attività» (2001:58-59). Nell'ottica di Ingold gli esseri viventi sono composti da questi stessi tre elementi sempre in relazione tra loro, e sono proprio le relazioni tra essi, volontariamente messe in atto, a formare e trasformare le creature.

Allo stesso modo in cui per Bourdieu si acquisiscono gli *habitus* di una data comunità, ovvero mediante la pratica, anche secondo Ingold l'antropologo deve apprendere un *know-how* attraverso la pratica e l'esercizio, per acquisire quelle che lui chiama *skills*. Nell'approccio ecologico il concetto di abilità (*skill*) diventa il punto di chiasmo tra l'organico e il sociale, il motivo per cui le abilità specifiche attribuite alla cultura (come camminare in un certo modo) sono per Ingold essenzialmente biologiche. L'unico modo per rappresentare e significare le pratiche è farlo "praticamente", mettendo in atto il *learning in doing* (imparare facendo), come apprendimento culturale. Chiaramente, la dimensione pratica è interagentiva, messa in atto in quella che è definita da Etienne Wenger come «comunità di pratica», ovvero il contesto sociale di riferimento dell'apprendista, che si trova a muoversi in una sorta di impresa condivisa, continuamente modificata dai suoi membri e basata su un repertorio di risorse comuni (Wenger, 2006). Si apprende, quindi, anche per diventare parte di una

comunità, per diventarne un membro attivo e competente, per costruirsi, allo stesso tempo, un senso di appartenenza, un'identità. In accordo con Ingold, la variabilità culturale consiste allora, di fatto, in una differenza di abilità (2000:5). Perciò, il ricercatore dovrà approcciarsi allo studio di queste abilità in modo ecologico, praticandole a sua volta (2001:150). Mediante l'addestramento sensoriale, pratico e sociale, mediato dall'interazione con gli altri nei contesti quotidiani dell'azione, l'antropologo può accedere a quell'"orizzonte di compiti" che Ingold chiama *taskscape* (1994, 2000), efficace fusione del concetto di paesaggio (*landscape*) e di pratiche, sottolineando ancora una volta l'imprescindibile relazione tra i due.

Avendo esplorato il legame che esiste tra gli individui, le loro attività e il contesto in cui si muovono, si rende necessario un approccio analitico in grado di porre attenzione a tutti questi aspetti. L'etnografia del paesaggio, attraverso la descrizione e l'analisi delle componenti fisiche del luogo, delle relazioni e delle pratiche quotidiane, con uno sguardo anche alla dimensione linguistica e storica, si rende perfetta per questo tipo di studi, e ha caratterizzato il metodo etnografico di questa ricerca, seppur con le specificità legate alla particolarità dell'*hawker centre*, di cui parlerò nel capitolo quarto.

4. Il cibo come veicolo d'identità e fattore di autenticità

Un'ampia letteratura in antropologia ha come oggetto il cibo quale dispositivo culturale e meccanismo di socializzazione. Facendo una rassegna degli studi sul cibo e sul mangiare è facile accorgersi che ci sono metaforicamente troppi cuochi in cucina. Le

discipline che hanno pensatori in questo campo e gli articoli a riguardo sono esageratamente disparati, come testimoniato da Gianfranco Marrone, che con il termine «gastromania» (Marrone, 2014) mette in risalto le continue uscite editoriali, i programmi televisivi di cucina e le snervanti campagne pubblicitarie di stampo alimentare dei giorni nostri, e da Claude Fischler, che storpiando la parola originaria in «gastro-anomia» sottolinea la connessione tra il moltiplicarsi dei discorsi sul cibo e l'enorme scelta culinaria, per soddisfare gli sfrenati desideri alimentari della società contemporanea, caratterizzati da criteri confusi di scelte alimentari (Fishler, 1979).

Assodato ciò, in questo paragrafo non s'intenda in modo esaustivo la lista di autori citati, ma soltanto quelli che hanno fornito le principali sollecitazioni teoriche. Non farò, perciò, una cronologia completa della letteratura, ma mi limiterò a presentare alcuni tra i testi e gli autori che si avvicinano di più alle tematiche inerenti la mia ricerca di campo, e cioè a coloro che hanno esplorato il ruolo del cibo quale veicolo di identità.

Il cibo identifica chi siamo, da dove veniamo e chi vogliamo essere, rappresentando un «highly condensed social fact, [...] and a marvelously plastic kind of collective representation» (Appadurai, 1981:494). Nel suo saggio inserito nel libro *Food and Culture: a reader*, Roland Barthes afferma che il cibo «it is not only a collection of products [...]. It is also, and at the same time, a system of communication, a body of images, a protocol of usages, situations, and behavior» (Barthes, 1979:24). E ancora, in accordo con Warren Belasco, nel testo fondamentale *Food: The Key Concept*, l'approccio per capire la funzione

espressiva e normativa che regola l'ambito del cibo è attraverso il concetto chiave di «cuisine», poiché «all groups have an identifiable 'cuisine', a shared set of 'protocols', usages, communications, behaviors, etc.» (Belasco, 2008:16). In questa visione è interessante considerare cosa queste caratteristiche dell'aspetto culinario dicono riguardo un determinato gruppo sociale o una nazione, e in che modo esse siano usate per rinforzare un senso di appartenenza identitaria.

Riprendendo Appadurai (1981), l'antropologo indiano rileva come il cibo hindu del sud dell'Asia sia un dispositivo particolarmente pregno di significati culturali, in quanto utilizzato per comunicare alcuni fondamenti sociali e morali della società Hindu quali la casta, la concezione del sé e degli altri e il conflitto. Non è, quindi, solo il cibo concreto, quanto più ciò che esso rappresenta entro i confini della società nella quale è comprato, preparato e consumato, ad essere rilevante.

Tra gli studiosi che hanno messo in evidenza il legame tra il cibo e la dimensione simbolica spiccano i nomi di Claude Lévi-Strauss³⁷ e Mary Douglas³⁸, il semiologo Roland Barthes (1961) e il sociologo Pierre Bourdieu (1979).

Claude Lévi-Strauss contribuisce nuovamente nel primo volume della serie *Mythologiques*, intitolato *Il crudo e il cotto* (1964), scovando nelle opposizioni culinarie delle importanti dicotomie simboliche, come quella tra natura e società, sostenendo che: «l'asse che

³⁷ Si veda in bibliografia Lévi-Strauss 1958, 1964, 1968.

³⁸ Si veda in bibliografia Mary Douglas 1966, 1975, 1984.

unisce il crudo e il cotto è caratteristico della cultura, quello che unisce il crudo e il putrido lo è della natura» (1966:191), anticipando il discorso più approfondito che presenterà alcuni anni dopo, nel terzo tomo dei *Miti*, *L'origine delle buone maniere a tavola*, del 1968. Nel paragrafo intitolato *Breve trattato di etnologia culinaria*, l'antropologo delinea una vera e propria teoria delle ricette culinarie, considerando l'arte culinaria di una data società dal suo punto di vista tipicamente simbolico, allo stesso modo in cui un linguista studia una lingua: «come la lingua, mi sembra che la cucina di una società sia analizzabile in elementi costitutivi che si potrebbero chiamare in questo caso “gustemi”, i quali sono organizzati secondo talune strutture di opposizione e correlazione» (Lévi-Strauss, 1971:103). Le categorie che suddividono i cibi in crudi, cotti o putridi sono, secondo Lévi-Strauss, categorie culinarie universali, rappresentate simbolicamente dal pensiero mitico. Le tre categorie corrispondono ai tre vertici di un modello triangolare mediante cui lo studioso descrive il sistema culinario come una continua opposizione di modi di cottura e significati sociali, come ad esempio i cibi elaborati opposti a quelli non elaborati rappresentano rispettivamente la cultura e la natura. Osservando tutte queste variabili Lévi-Strauss conclude: «si può sperare di scoprire, per ogni caso particolare, come la cucina di una società costituisca un linguaggio nel quale questa società traduca inconsciamente la propria struttura (Lévi-Strauss, 1971: 444). In questo senso si parla del cibo come di un'esperienza culturale, accostandolo ad altri elementi marcatori d'identità: «esattamente come il linguaggio, la cucina contiene ed esprime la cultura di chi la pratica, è depositaria delle tradizioni e dell'identità di gruppo» (Montanari 2002:VII).

Una delle rappresentazioni più comuni che riguardano il cibo è legata alle offerte nelle cerimonie religiose. In diverse culture l'ambito del cibo e quello religioso sono intrinsecamente legati attraverso specifici modelli di consumo. A questo proposito Mary Douglas, prima in *Purezza e pericolo* (1966) e poi nel capitolo *decifrare un pasto* (in *Implicit meanings. Essays in Anthropology*, 1975) sostiene, sulle orme di Lévi-Strauss, che nelle regole dietetiche ebraiche (*kashrut*) si distinguono i cibi classificandoli in *clean* e *un-clean*, identificando chiaramente coloro che condividono questi precetti come appartenenti a una determinata tradizione culturale. In linea con le tesi strutturaliste Mary Douglas privilegia gli aspetti simbolico-culturali del cibo, in grado di definire i confini identitari del gruppo, in questo caso della comunità ebraica.

Il rapporto tra cibo e identità culturale è ovvio e complesso allo stesso tempo. E' banalmente ovvio perché le persone devono mangiare per sopravvivere, e ne sono quindi legate obbligatoriamente. È complesso, poiché la scelta di cosa e come mangiare è dipendente da una combinazione di preferenze personali, costi, climi, condizioni geografiche, religioni, contatti storici, regole sociali ecc. A questo proposito Pierre Bourdieu, ne *La Distinzione* (1979) si concentra sulle modalità in cui le rappresentazioni del gusto individuale, in diversi aspetti del comportamento quali la musica, la cosmesi, l'abbigliamento, le arti e il cibo, siano allo stesso tempo strettamente correlate alla stratificazione sociale. Il sociologo francese, considerando le diverse classi sociali, riprende il concetto di *habitus* nella ricerca dei principi che regolano le preferenze culturali di ogni gruppo, concludendo che le scelte nel campo del

cibo, al pari degli altri aspetti, poiché parte della vita sociale, sono fortemente condizionate dalla classe di origine.

Un'altra caratteristica del cibo che lo rende elemento identitario è il suo rapporto con la memoria. A questo tema sono dedicati due saggi di David Sutton (2001, 2010), in cui l'antropologo propone di considerare il mangiare come «pratica incarnata» e l'antropologia del cibo come «antropologia proustiana», poiché, allo stesso modo in cui Proust descrive i ricordi scaturiti dall'assaggio di una *madeline*:

e appena ebbi riconosciuto il sapore del pezzetto di *madeline* inzuppato nel tiglio che mi dava la zia [...], subito la vecchia casa grigia sulla strada, nella quale era la sua stanza, si adattò come uno scenario di teatro al piccolo padiglione sul giardino, dietro di essa, costruito per i miei genitori [...]; e con la casa, la città, la piazza dove mi mandavano prima di colazione, le vie dove andavo in escursione dalla mattina alla sera e con tutti i tempi, le passeggiate che si facevano se il tempo era bello [...] tutto quello che vien prendendo forma e stabilità è sorto, città di giardini, dalla mia tazza di tè.

(Proust, 1961: 47)

così il cibo ha il potere di risvegliare memorie sedimentate grazie al suo essere, nelle parole di David Le Breton, un «oggetto sensoriale totale» (2006:335), che porta sinestetica presenza di sensazioni e ricordi. Una sorta di ritorno alle memorie passate che, tra l'altro, spiega l'importanza e la significatività del cibo delle origini. Per esempio, nel caso dei migranti che se lo procurano e riportano nel nuovo paese, alla ricerca delle proprie radici:

La cucina fa corpo con gli individui in senso duplice, poiché imprime un senso di identità. Gli emigranti portano con sé la propria cucina e l'alimentazione è una delle tracce sensibili della loro presenza. [...]. La cucina costituisce l'ultima traccia di una fedeltà alle proprie radici quando tutto il resto è scomparso

(Le Breton, 2006:362-363)

Le proprietà che distinguono il cibo, quali l'odore, il sapore, la consistenza e il colore, permangono negli anni e sostanziano i racconti della memoria, quelli legati al quotidiano, vissuti nell'intimità del focolare domestico e anche quelli che scandiscono le occasioni eccezionali, le cerimonie e le feste. Anche Sutton inserisce nel suo studio i riti religiosi, quale sito cruciale per l'unione di cibo e memoria, per delineare come il ricordare e il dimenticare contribuiscano alla costruzione dell'identità personale e di gruppo. Mangiare è, perciò, un gesto ripetitivo e naturale, ma allo stesso tempo pieno di senso e creatore di memorie. È il frutto dell'unione di modelli tramandati, creatività e tecnica. È un filo che unisce presente e passato grazie al ripetersi nel tempo delle ricette e dei menù e dei gusti, visti come vere e proprie eredità familiari e comunitarie. L'esperienza culinaria riflette la struttura sociale, la mostra nella continuità dei ruoli e delle procedure, e anche nel cambiamento costante di questi elementi.

I modelli culturali definiti nel processo del mangiare fanno sì che le persone esprimano e affermino il loro senso d'identità in continuazione nella loro vita quotidiana. Tuttavia, come indicano David Bell e Valentine Gill, in *Consuming Geographies: we are where we eat* (1977), esiste una contraddizione fondamentale nell'equazione tra il campo del cibo e il senso d'identità nazionale, e addirittura i due autori eliminano la possibilità di esistenza di un cibo definito "nazionale". L'incontro tra diverse culture, i modelli di commercio e le migrazioni hanno prodotto cucine la cui origine non ha niente a che fare con una caratteristica unica definibile "nazionale". Per i due studiosi non è, tuttavia, importante, da un punto di vista accademico, se esistano o meno le suddette cucine nazionali ma piuttosto perché e in che modalità certi cibi e certi stili di preparazione continuino ad essere identificati con specifici gruppi etnici e nazionalità, talvolta addirittura mediante stereotipi legati alle tipiche diete nazionali. In questi casi il cibo è sfruttato come supporto per descrivere immagini nazionali, talvolta con accezioni negative:

The French subtlety of thought and manners is said to be related to the subtlety of their cuisine, the reserve of the British to their unimaginative diet, German solidness to the quantities of heavy food they consume, and the unreliability of Italians to the large amounts of wine they drink.

(Farb, Armelagos 1980:19)

Bell e Valentine definiscono in questo modo il presunto legame tra il cibo e l'identità nazionale: «the history of any nation's diet is the history of the nation itself, with food

fashion, fads and fancies mapping episodes of colonialism and migration, trade and exploration, cultural exchange and boundary making» (1977:186). Non strettamente rivelatorio delle identità nazionali, chiuse entro i confini territoriali, il cibo è piuttosto lo specchio della storia dei contatti tra culture, sia negli ingredienti sia nelle ricette. E ancora, il cibo è un linguaggio che «articola nozioni d'inclusione ed esclusione, di orgoglio nazionale e di xenofobia» (1977: 192, traduzione mia) e proprio l'incorporazione di queste nozioni negli stessi cibi e negli usi degli stessi fanno del cibo un attore importante nel processo di creazione dei confini tra un'identità e un'altra.

Nel caso di Singapore, la caratteristica principale della sua cucina è proprio la varietà, risultato della sua storia d'incontro tra popoli. La *Singapore Tourist Promotion Board* promuove il cibo come una delle maggiori ragioni per visitare l'isola. In questa rappresentazione, il cibo e le modalità di consumo sono caratterizzate da una grande varietà di stili, che riflettono l'ufficiale categorizzazione "multirazziale" della popolazione. La tendenza singaporiana a "etnicizzare" è quindi espressa anche nei piatti e sia nella concezione ufficiale sia in quella popolare il cibo è un registro di etnicità:

The very public-ness and inscribed "ethnicity" of a particular item of food is it-self the result of a social process in which a style of cooking and its results come to be their own representation as an "ethnic", cuisine. [...]. The first step towards the inscription and codification of "ethnic" food is when it is (re) presented to a consuming public by vendors through a "menu"; the menu is part of the process of giving an identity, an ethnicity to an item of food.

(Chua, Rajah, 2001:162)

Le ricette che formano l'ampissima gamma di piatti della cucina singaporiana si possono definire "portatrici di etnicità", e questo riguarda il cibo disponibile pubblicamente nella vita quotidiana degli abitanti (si esclude, in questa ricerca, la sfera domestica della preparazione delle ricette). Prendendo in esame le tre cucine principali, quella cinese, malese e indiana, si potrebbe superficialmente definire la cucina singaporiana quale un'ibridazione tra queste tre. Facendo un discorso generale, il cibo ha sempre costituito nella storia umana un ambito in cui lo scambio, l'appropriazione, la fusione, la diffusione, l'assorbimento e l'invenzione, insieme alle pratiche tramandate e ri-prodotte costantemente, sono proliferati spesso in rapporto con altri ambiti quali quello religioso e politico. Affermare che il risultato di tutti questi elementi sia l'ibridazione tra le diverse cucine è una semplificazione della realtà. Sarebbe come sostenere che un figlio possiede in sé caratteristiche limitate a quelle del padre e della madre, escludendo sia la storia relazionale dei due genitori, sia le esperienze e le relazioni che modificheranno, nel corso della sua vita, il suo stesso essere. Vale a dire che il concetto di "ibrido" presuppone che gli elementi ibridanti siano primi, puri, e nel corso del contatto si siano uniti e ibridati, dando forma a una terza forma, non più pura. Questo concetto è falso quanto lo è quello dell'esistenza di un'unica identità fissa (come vedremo nel paragrafo successivo).

Mettendo in discussione il termine, Chua Beng Huat e Ananda Rajah, nel saggio *Hybridity, Ethnicity and Food in Singapore* (2001), prendono in considerazione la cucina cinese, definita già di per sé molto variabile, e la confrontano con le ricette singaporiane derivanti da quel tipo di tradizione e, usando la parola *hybridity* precisano:

In referring to certain categories of food as hybrid we wish to draw attention to the fact that it is the social actors, the producers and consumers of food in Singapore, who assume the existence of ‘pure’ cuisines, but it is not an assumption we make in this essay. [...] It is important to recognize that among “Chinese”, “Malay”, “Indian” and “Others”, despite the hybridization that has occurred in “their” cuisines, they see the products of hybridization in terms of pure categories, i.e. “Chinese”, “Malay”, “Indian or “Others [...] In other words, even hybrid food may be seen mistakenly as pure cuisine.

(Chua, Rajah, 2001:166-167)

In altre parole la tendenza singaporiana, accennata nel capitolo precedente, a guardare a diversi aspetti in termini di razza, avviene anche e soprattutto nel campo del cibo. Questo atteggiamento è il risultato della storia coloniale ma si è amplificato nella Singapore post-coloniale, quale prodotto del rigoroso imprinting che i leaders nazionalisti resero possibile attraverso il sistema educativo. Questi regimi di classificazione prodotti dallo stato, così come l’“etnicizzazione” dei cibi, sono stati centrali nel rendere le stesse ricette come rappresentazioni delle diverse identità etniche di Singapore, un altro criterio di inclusione (e esclusione) oltre a quello religioso e linguistico. Così come nelle carte d’identità degli abitanti

è precisata la “razza” di appartenenza, così nei chioschi degli *hawker centres* è indicato il tipo di cucina, rendendo difficile la definizione di cucina di Singapore e causando nuovamente ambiguità nella volontà di armonizzare la popolazione. Tuttavia, questa multiculturalità espressa anche “nel piatto” è riconosciuta dai singaporiani quale caratteristica da sempre esistente, legata alla loro storia, e considerata un *plus*, una possibilità in più di godere di una miriade di prelibatezze senza alcuna possibilità di annoiare il gusto, il senso per loro più importante.

Uno scrittore locale di libri di ricette singaporiane, Christopher Tan, rispondendo alla domanda “in cosa consiste il cibo di Singapore?” risponde:

Singapore food, in the final analysis, is the product of many different lives lived and cultured side by side. And for so many generations, what other countries might call *audacious fusion*, we simply think of as normal. Chinese fried noodles with belacan-laced sambal on the side, Indian mee goreng, Hainanese kaya on English toast. We think nothing of having dosai for breakfast, cha siu rice for lunch, Italian for dinner, and a nightcap at a whiskey bar. It is the natural outcome of a *densely packed* history and population. It is an openness to adaptation and combination.

(Tan, 2010:15)

Questa apertura all’adattamento e alla fusione mi è stata ugualmente espressa in una spontanea conversazione non registrata avvenuta con un singaporiano cinese, Anthony, un uomo sui cinquant’anni che, vedendomi scrivere in un caldo pomeriggio seduta al *coffeeshop* malese del mio quartiere, si avvicinò incuriosito. Cogliendo l’occasione spiegai il mio

progetto e lui si sedette a consumare il suo *biryani rice*³⁹ al mio stesso tavolo. Mi raccontò come il cibo di Singapore: «it's about different foods, we are open people. Open to different cultures, to try their food» E continuò: «we look *through* the colour we don't look *at* the colour (il colore della pelle). We get along well in the differences. We look at similarities, not differences». E quando gli chiesi, accennando al progetto del governo di costruzione di nuovi, moderni, *hawker centers*, il perché di questo stress verso la continua modernizzazione, mi rispose:

it's not about stress, we are actually not stressed! Because we don't like to stop, we are always on the move. When we have done something, after a while we will look to do it better, differently. And this is because we are expose to change, as we are expose to differences, different cultures. Respect for the differences is something we achieved from education⁴⁰.

In questa situazione di costante esplicitazione e accettazione delle differenze, il cibo assume il ruolo di elemento inclusivo, creando uno spazio di esperienza personale e allo stesso tempo collettiva, poiché consumando il cibo si “consuma” anche la storia: «singaporeans reflect their multiracial character at table, making it a site that reveals the complicated history of the island state» (Tarulevicz, 2013:24).

³⁹ Il Biryani è una pietanza a base di riso (solitamente basmati) preparato saltandolo in padelli assieme a spezie, carne, pesce, uova o verdure. La ricetta venne portata nel subcontinente indiano da viaggiatori e mercanti musulmani. Varianti locali di questo piatto sono popolari non soltanto nell'Asia meridionale ma anche in Arabia e in varie comunità arabe ed asiatiche occidentali.

⁴⁰ Conversazione annotata con Antony in data 18 gennaio 2016.

L'identità etnica e i suoi confini sono continuamente associati con elementi quali la lingua, la religione, i costumi e il cibo. Questa tendenza a essenzializzare il concetto, trasformandolo in fatti realistici, non è esclusivamente degli antropologi ma sono gli attori sociali stessi che, “performando” continuamente quella che considerano essere la propria identità, la dimostrano. Nel caso preso in considerazione del cibo di Singapore, è in quest'ambito che l'identità etnica viene incorporata e rappresentata. Come affermato da Geoffrey Benjamin (1976), la logica del *multiracialism* di Singapore ha fatto sì che i singaporiani guardino a loro stessi in termini di “razza”, e ciò è evidente nei diversi aspetti della vita sociale. L'ideologia “multirazziale” e le sue conseguenze sono, perciò, espresse anche nell'ambito del cibo.

Ritengo preferibile analizzare quest'ambito da questo punto di vista, e cioè quello del ruolo del cibo singaporiano quale marcatore di identità piuttosto che come il risultato di un'ibridazione tra culture. Problematizzare il termine ibridazione significa eliminare la convinzione sbagliata che esistano cibi “eticamente puri”, e di conseguenza che esistano anche gruppi etnici ugualmente puri. Nella mia esperienza di campo, per definire le ricette quali “eticamente pure”, i miei interlocutori utilizzavano spesso il termine “autentico”. Le ricette definite autentiche erano di due tipi: o quelle riprodotte esattamente come quelle di origine (cinesi, indiane o malesi), oppure quelle preparate nel modo in cui facevano gli *hawkers* itineranti nel passato, ad esempio usando il carbone invece che il forno elettrico, le griglie invece che le piastre elettriche, i *noodles* spezzati da mangiare col cucchiaio invece

delle bacchette, come quelli che si consumavano velocemente in piedi per strada. L'idea di autenticità è problematica, poiché presume che esista un assunto o un'idea precisa riguardo a ciò che una cultura (e il suo cibo con sé) rappresenti e a come debba essere riprodotta per essere uguale all'originale. Per giunta, il concetto di "autentico" rimanda all'idea di "tradizionale", altra parola usata a sproposito. Tra i significati della parola "autentico" vi è un chiaro riferimento a un qualcosa di genuino, vero e affidabile, all'opposto di qualcosa di immaginario, finto, riprodotto e copiato. Per molti aspetti, l'autenticità codifica l'aspettativa di rappresentazione veritiera, legata all'identità delle persone o dei gruppi, alla paternità dei prodotti e dei produttori, alle pratiche culturali. L'antropologia ha esaminato l'autenticità in relazione a contesti specifici quali l'arte, la musica e il cibo, ma è l'antropologia del turismo ad aver posto maggiormente l'accento sull'argomento. Non essendo questo un lavoro sul turismo, citerò solo uno dei maggiori studiosi di antropologia del turismo, Dean MacCannell, il quale fu tra i primi studiosi a sottolineare il livello in cui un' autenticità "romantica" lontana dagli effetti della modernità sia il più delle volte l'oggetto del desiderio che muove i turisti. La ricerca dell'autenticità costituisce la spinta motivazionale al viaggio. Questo tipo di autenticità è definita *staged*, messa in scena, poiché rappresenta, attraverso *staged performances*, quello che i turisti si aspettano di vedere, creando un business che causa la contaminazione della reale autenticità quotidiana che i turisti ricercano (MacCannell, 1976). L'antropologia contemporanea è andata oltre i confini delle concettualizzazioni essenzialiste della cultura, dato per assodato che non esistono singole culture chiuse entro i propri confini,

e allo stesso modo non esiste un'unica, fissa definizione di autenticità. Dissociandosi dalle limitazioni della visione di un'unica, originale e autentica cultura, ci si allontana anche dall'idea di "tradizione" che, seppur usata con attenzione nell'ambito accademico, viene utilizzata a dismisura nel discorso quotidiano. Il punto sta, quindi, nell'essere in grado di tradurre i termini usati dai locali, e di porli sul piano analitico comprendendo il loro significato per le persone, senza la presunzione di non approfondire poiché ritenuti sbagliati a prescindere. Seguendo questo metodo e solo grazie a un'esposizione prolungata al campo posso concludere che gli elementi che per i singaporiani rendono il cibo *hawker* autentico e simbolo della loro identità sono due. Da un lato l'esperienza completa del mangiare in un *hawker centre*, che comprende il vivere il caldo vero dell'isola, sudare e provare sollievo dall'aria mossa dai ventilatori disposti a ogni angolo dei mercati, i rumori, gli odori e gli uccelli che, attirati dal cibo sui tavoli da sparcchiare stanno in agguato sui tetti, il servizio velocissimo degli *hawkers*, che abilmente saltano i cibi nella *wok* o preparano zuppe fragranti, offrendo ai clienti una vastissima scelta a prezzi bassi, accessibili a tutti. Dall'altro, le ricette che ricordano i sapori dell'infanzia, le quali nel caso singaporiano sono quelle preparate come facevano in passato gli *hawkers* itineranti nelle strade. E' interessante notare come gli *hawkers* siano da sempre figure così importanti da porsi nei ricordi delle persone tanto quanto solitamente sono le mamme o le nonne, e la loro cucina.

Al tempo degli *hawkers* itineranti, l'esperienza del cibo venduto e consumato in strada, alla soglia di casa, e nei piatti creati *ad hoc*, era centrale. Oggi, con la costruzione degli *hawker centres*, le ricette hanno acquistato più importanza come marcatrici di autenticità, poiché unico legame col passato. Tuttavia, questi luoghi stanno diventando sempre di più loro stessi il simbolo di un'esperienza singaporiana unica, dove è possibile consumare i sapori di una volta, seppur attraverso un'esperienza di consumo diversa, ma oggi peculiare di Singapore, diventata rappresentazione dei cambiamenti storici del territorio, e, con essi, della sua identità.

5. Guardare all'identità "in atto" attraverso i sensi, i luoghi e il cibo

L'identità individuale e collettiva è espressa attraverso i ricordi e le reminiscenze incorporate del passato. Ricordare il passato attraverso il consumo del cibo implica che il cibo sia l'intermediario per riprodurre le radici sociali che ancorano l'appartenenza individuale e collettiva. Come discusso nel paragrafo precedente, in questo modo possiamo definire il cibo come uno strumento, attraverso il quale e con il quale le persone producono e riproducono in continuazione quella che considerano essere la propria identità, strettamente legata alla loro esperienza vissuta. Inoltre, fin da piccoli siamo esposti a un processo di naturalizzazione dei sapori, degli odori e delle consistenze dei cibi, rendendo l'ambito della cucina uno spazio di costruzione sociale e identitaria. La naturalità a una certa gradazione di gusti è un atto

culturalmente costruito, che fa parte del processo di antropo-poiesi⁴¹, mediante il quale l'essere umano diventa persona tramite la plasmazione del corpo naturalizzato a una certa gamma di gusti, odori, suoni, conoscenze culinarie ecc... Riguardo questa declinazione culturale dei sapori, Le Breton considera il gusto come: «il senso della percezione dei sapori, ma (che) risponde a una sensibilità particolare segnata dall'appartenenza sociale e culturale e dal modo in cui ogni singolo individuo vi si adatta a seconda degli specifici eventi della sua storia» (2006:351). Non si mangiano solo i cibi concreti, ma si mangiano i ricordi, la storia, le relazioni e tutto ciò che ha formato, nel tempo, le persone e i gruppi, si mangia la propria identità.

Anche il mondo sensoriale, percepito attraverso una costante operazione di filtraggio degli stimoli esterni, rappresenta l'interpretazione del mondo reale, possibile d'infinite variazioni a seconda di chi interpreta, in quale periodo storico e in quale contesto. I sensi sono culturalmente costruiti, facendo sì che gli esseri umani non percepiscano forme indifferenti, ma dati investiti di un significato culturale. Sentire il mondo è un modo di pensarlo. Di conseguenza, tanto quanto infiniti sono i modi di pensare, allo stesso modo sono infiniti i

⁴¹ Il concetto di *antropo-poiesi* è stato esposto ufficialmente per la prima volta da Francesco Remotti nel 1996, nell'introduzione a *Le fucine rituali*, Segnalibro, Torino. L'antropologo italiano ha dedicato gran parte della sua ricerca all'introduzione e definizione del concetto e dei processi di antropopoiesi a partire dallo studio dei rituali della circoncisione fra i Nande dello Zaire (Repubblica Democratica del Congo). *Antropo-poiesi*: è una parola composta dal greco *anthropos* (uomo) e *poiesis* (fabbricazione, dal verbo *poiein*, fare, modellare, fabbricare), e con esso si intende il processo di costruzione e definizione dell'identità umana. Attraverso la modificazione del corpo e i rituali (ad esempio le cerimonie di iniziazione) l'individuo fabbrica se stesso come essere umano e definisce la propria identità.

mondi sensibili, che non sono altro che traduzioni in termini sociali, culturali e personali di una realtà «accessibile soltanto per il tramite della percezione sensoriale da parte dell'uomo inscritto in una trama sociale» (Le Breton, 2006:8). Ognuno cammina in un universo sensoriale legato a ciò che la sua storia personale ha prodotto, prendendo coscienza di sé attraverso i modi di sentire il mondo. La condizione umana è anzitutto corporea, l'identità è legata a una costante immersione nel mondo, l'identità è sentita.

Infine, anche i luoghi sono legati all'esistenza degli individui, alle loro identità. Ciascuno, agendo in un dato territorio, costruisce e interiorizza una sorta di mappa soggettiva dello spazio che si trova a vivere, ogni paesaggio è una concrezione di eventi, un insieme di segni, orme e memorie che, messe in relazione con l'individuo, ne caratterizzano le sue caratteristiche. Con riferimento ai lavori di Tim Ingold si è visto come il corpo legge le strutture dello spazio in cui si muove e la assorbe, facendole organicamente proprie. Lo spazio è incorporato e performato inconsapevolmente, permettendo alle comunità di ambientarsi nelle condizioni migliori per vivere in determinati luoghi, interagendo costantemente con essi. I luoghi sono abitati, vi è un coinvolgimento pratico costante tra gli esseri viventi e ciò che li circonda, e le forme degli organismi emergono da processi di sviluppo in un contesto ambientale. Scrive Ingold: «I bambini, come i piccoli di altre specie, crescono in un ambiente “arredato” dal lavoro delle generazioni precedenti, e mentre crescono essi incorporano le forme del loro abitare nel proprio corpo» (2001:136). In questo senso, l'identità è anche abitata.

Rafforzando questi concetti, l'attenzione è ora inevitabilmente rivolta al concetto di identità che, come già osservava Lévi-Strauss, «si situa al punto di confluenza non di due semplicemente ma di più strade insieme. Interessa(ndo) praticamente tutte le discipline» (1996:11). Fin dalla sua genesi la costruzione dell'identità implica la differenza, chiamando in causa l'alterità. Per l'antropologo Francesco Remotti è l'intero processo identitario a configurarsi come una serie continua di operazioni di “assimilazione con” e “separazione da” qualcosa che è ritenuto “altro da sé”, affermando che: «l'alterità è presente non solo ai margini, al di là dei confini, ma nel nocciolo stesso dell'identità», perciò «l'identità [...] è fatta anche di alterità” (Remotti, 2007:63). E ancora, Remotti descrive l'identità come una «maschera» e il processo di costruzione identitaria come «un fatto di decisioni» (2007:5), che consiste in una negoziazione, una selezione di elementi e di connessioni fra elementi che ogni individuo sceglie tra infiniti altri elementi e connessioni alternative. L'obiettivo dello studioso è andare oltre il concetto fissista di identità, affermando come esso sia un elemento proprio di ogni comunità in quanto decisione rassicurante nel fluire costante delle vicende e delle circostanze del mondo, decisione che comporta allo stesso tempo: «violenza contro le ragnatele delle connessioni, ma è anche tentativo talvolta eroico (e irrinunciabile) di salvazione rispetto all'inesorabilità del flusso e del mutamento» (2007:10). L'identità, così come il concetto di “razza” ampiamente discusso, è un qualcosa di costantemente negoziato nei fatti concreti del quotidiano, e andare oltre l'identità, come suggerito da Remotti: «è un

atteggiamento che ci si può permettere di suggerire sul piano teorico, in quanto è riscontrabile anche sul piano empirico dell'osservazione dei più vari contesti» (2007:60).

Assodato che le culture non nascono mai come pure, ma sono il prodotto d'interazioni, scambi, flussi e influssi provenienti da altrove, nasce la certezza che «la propria forma di umanità (la propria identità) non è sola» (Remotti, 2007:61), e s'inizia a confrontarla con le altre. A proposito di questi argomenti è importante citare il lavoro di un altro antropologo italiano, Ugo Fabietti, il quale in *L'identità etnica. Storia e critica di un concetto equivoco* (2013) illustra, attraverso esempi etnografici, le modalità dell'etnogenesi, ovvero il modo in cui i gruppi costruiscono la propria identità, il più delle volte per farne un uso politico. Problematizzando il termine "identità etnica", Fabietti sostiene che le etnie esistano come costruzioni storiche, sempre riformulantesi e mai essenze finite date una volta per tutte. Le etnie esistono perché esistono persone che condividono una lingua, una storia, un insieme di pratiche culturali e che hanno una memoria condivisa di tutti questi elementi: «il fatto che le etnie risultino essere delle 'realtà immaginate' piuttosto che delle 'realtà reali' non impedisce che l'identità etnica sia percepita, da coloro che vi si riconoscono, come un dato assolutamente 'concreto'» (2013:177). Questo modo di ricondurre alla prospettiva dell'attore sociale la problematica dell'idea di identità etnica e della sua rappresentazione in contrapposizione ad altre identità, si avvicina molto al concetto di confine affrontato da Friedrich Barth in *Ethnic groups and boundaries: the social organisation of culture difference*, testo del 1969. Secondo Barth il concetto stesso di identità etnica si può ritenere basato

sull'idea di confine. Mentre solitamente con la parola etnia si è soliti considerare un gruppo definito in base a criteri linguistici, culturali e geografici, secondo Barth un gruppo etnico è, invece, definibile in base ai criteri che gli interessati elaborano per sentirsi uniti tra loro o per stabilire una distinzione tra sé e gli altri. Ciò è confermato dal fatto che più coesistono gruppi simili vicini, più sono particolarmente marcate le distinzioni etniche. Non ha senso, quindi, studiare i gruppi etnici dal punto di vista delle diversità ma, sostiene Barth, bisogna porre attenzione alle dinamiche pratiche e simboliche che tali gruppi producono allo scopo di stabilire confini tra se stessi e gli altri. In questa visione, i confini non chiudono al loro interno etnicità già diverse, ma creano essi stessi diversità, non racchiudono forme di umanità, ma le creano.

Cercando di riportare tutta l'analisi teorica attuata in questo capitolo al caso di Singapore e degli *hawker centres*, discuto l'identità singaporiana attraverso le dinamiche pratiche e le rappresentazioni simboliche da me riconosciute all'interno dei mercati, invitando a guardare al concetto di identità singaporiana come identità "in atto". Con identità "in atto" affermo l'opportunità di scoprire l'impossibilità di definire l'identità ma allo stesso tempo la possibilità di intravedere la percezione che i singaporiani hanno di essa come un fatto concreto, e come essi la rappresentino nel quotidiano attraverso le esperienze sensoriali, lo spazio e i cibi che fanno degli *hawker centres* dei simboli della loro identità.

Mentre sul piano analitico gli ambiti dei sensi, dei luoghi e del cibo si possono precisamente distinguere, quando ci si trova all'interno di un *hawker centre* l'esperienza

sensoriale, la percezione del luogo e i sapori dei cibi sono vissuti tutti nello stesso momento, avvolgendo e “travolgendo” inizialmente chi, come io stessa, vi entra per la prima volta e gradualmente ne diventa familiare. Al contrario chi, come i singaporiani, ri-conosce così bene il luogo da affermare: «*hawkers* are part of the family and *hawker centres* are our kitchens!”⁴², vi si reca per ritrovare quell’identità che sente come qualcosa di concreto, come «ciò che rimane al di là del fluire delle vicende e delle circostanze, degli atteggiamenti e degli avvenimenti, e questo rimanere non è visto come una categoria residuale, bensì come il nocciolo duro, il fondamento perenne e rassicurante della vita individuale» (Remotti, 2007:4). Si tratta di un’identità cercata e ri-cercata, anche nell’abitudine concreta di viaggiare per mangiare nei chioschi ritenuti migliori poiché “autentici”(nell’accezione del termine per i singaporiani spiegata nel paragrafo precedente).

Affermare che l’identità singaporiana *sta* nei luoghi *hawker centres* non è una mia scoperta, poichè, come è ormai chiaro, l’identità non è qualcosa che si può scoprire nella sua essenza. Questa affermazione sono i singaporiani stessi a farla e a confermarla in continuazione, includendo gli *hawker centres* nella loro vita quotidiana, letteralmente ogni giorno. Un dato concreto è che i singaporiani usano mangiare fuori molto più che a casa, a causa della mancanza di tempo per fare la spesa e cucinare, dei bassi prezzi offerti nei mercati e della comodità di avere sempre un *hawker centre* nelle vicinanze, poiché distribuiti in ogni

⁴² Conversazione spontanea con Cathrine, una cliente fissa del Dunman food centre, in data 23 gennaio 2016.

angolo dell'isola quali parte della vita di quartiere. A causa della rapidissima e costante modernizzazione di tutti gli aspetti della vita delle persone, sono stati eliminati gradualmente elementi della quotidianità considerati propri, identitari. Questo disorientamento è, in qualche modo, attenuato nel mantenere in vita gli *hawker centres* (e i *kopitiam*), considerati gli unici che sopravvivranno al futuro di cambiamenti attesi, e in questo senso sfruttati strategicamente dal governo come luoghi di valore nazionale, ineliminabili al fine di mantenere il consenso allo sviluppo continuo.

CAPITOLO III

LA QUOTIDIANITA' VIBRANTE DEGLI HAWKER CENTRES

Come ogni mattina, da qualche giorno a questa parte, oggi, venerdì 9 ottobre 2015, mi sto recando al Dunman food centre per un altro giorno di campo. Sono arrivata a Singapore da due settimane, e dopo aver frequentato alcuni tra gli *hawker centres* più conosciuti dell'isola ho scoperto, proprio nel quartiere dove abito, un piccolo mercato che mi è sembrato adatto per svolgere la mia ricerca.⁴³

In questo capitolo saranno sviluppate alcune considerazioni teoriche riguardo l'analisi di etnografia dello spazio, di antropologia dei sensi e del cibo, iniziando dal caso concreto di alcuni chioschi del Dunman food centre. Ho scelto di esporre e discutere il materiale etnografico partendo dalla spiegazione della scelta di questo specifico mercato e del percorso che, a partire dalla visita di molti altri *hawker centres*, mi ha portato proprio lì. Inizierò poi, progressivamente, l'analisi antropologica dell'intero spazio del Dunman food centre, a partire dal contesto di quartiere in cui è inserito, fino alla descrizione dettagliata di alcuni singoli chioschi presenti all'interno e delle ricette preparate. Infine, uno sguardo alle persone e ai rapporti interpersonali e al ritmo delle giornate in questo mercato, caratterizzato da elementi fissi e da variazioni legate agli specifici giorni della settimana e da altre componenti.

⁴³ Annotazione nel diario di campo in data 9 ottobre 2015.

1. Entrare negli hawker centres: il percorso fino alla scelta del Dunman food centre

Per questi sei mesi ho trovato alloggio in un appartamento condiviso nel quartiere di Joo Chiat, nella parte est di Singapore. L'arteria principale del quartiere è Joo Chiat Road, una strada diritta che collega il quartiere malese di Geylang e il quartiere moderno di Marina Parade, passando per Joo Chiat Place: la "mia" via (fig.7). La particolarità di quest'area sta nell'essere un quartiere residenziale ancora poco toccato dai progetti di ristrutturazione urbana che tendono a standardizzare i quartieri costruendo HDB *flats*⁴⁴. A differenza di altre parti del paese, Joo Chiat mantiene ancora le case a due piani chiamate *shophouses* dove, come in passato, ancora oggi è facile vedere negozi, boutique e alimentari al primo piano, e alloggi privati al secondo, su entrambi i lati di Joo Chiat Road, caratterizzati da portici e pavimentazioni colorate, nelle *five foot ways*⁴⁵ che dividono le *shophouses* dalla strada (fig.8).

Prima di focalizzarmi sul quartiere di Joo Chiat e sul Dunman food centre, decidendo che sarebbe diventato il mercato centro di tutto il mio lavoro, ho frequentato alcuni degli altri *food centres* dell'isola. In particolare, iniziando da quelli più "famosi" e giungendo gradualmente a quelli più "di quartiere" ho percepito le differenze e le caratteristiche che mi hanno portato a sceglierne uno di quartiere. L'ampiezza, la distanza da casa, la lingua parlata

⁴⁴ L'edilizia residenziale pubblica di Singapore è gestita dalla Housing and Development Board (HDB) mediante affitti temporanei. Circa l'87% della popolazione vive in questi alloggi, collocati in complessi residenziali, i quali offrono servizi di scuole, supermercati, cliniche sanitarie, impianti sportivi e ricreativi, rendendoli delle realtà autonome all'interno della stessa città.

⁴⁵ La *five foot way* è un marciapiede pedonale di cinque piedi (1,5 metri circa) che divide il piano terra delle *shophouses* dalla strada. Questa caratteristica della pavimentazione stradale, incorniciata da portici, si trova soprattutto in Malesia, Indonesia e Singapore.

e il ritmo di lavoro giornaliero sono stati alcuni tra i criteri che mi hanno portato a scartare i grandi mercati di *downtown*, ma anche alcuni più periferici, proprio perché di difficile accessibilità quotidiana. Avendo un amico singaporiano volenteroso di farmi ambientare il prima possibile nei famigerati *hawker centres* che mi apprestavo a studiare, le prime due settimane dal mio arrivo a Singapore sono trascorse in una sorta di *tour* tra i mercati. Ricordo bene lo spaesamento iniziale e la paura che entrare in stretto contatto con uno di questi luoghi sarebbe stato faticoso. Negli *hawker centres* la dinamicità e la velocità sono in evidenza. Una quantità di persone, colori, movimento e scritte in caratteri cinesi e in inglese. Ancora prima di entrare nel mercato, dalla strada se ne sentono i rumori, le voci. Una volta all'interno, agli occhi del visitatore si presentano molteplici elementi: la costante disposizione dei chioschi, in file contigue o a ferro di cavallo, a volte in cerchio, con al centro sempre disposti tavoli e sedie, spesso strutture fisse al pavimento, di plastica colorata, comuni e condivisibili con chiunque, tenuti puliti dai *cleaners*, addetti al mantenimento dell'ordine e dell'igiene degli spazi pubblici, riconoscibili dalle loro divise colorate e dai carrelli di stoviglie che trasportano avanti e indietro. Il primo *hawker centres* che ho visitato si chiama *Old Airport Road food centre*. Yin Wei mi ci portò la prima sera che misi piede a Singapore, dopo il lungo viaggio in aereo durato due giorni. Nelle mie ricerche pre-campo, l'*Old Airport Road food centre* rientrava tra i mercati possibili per il mio lavoro. Si tratta di un mercato molto popolare tra i singaporiani, poiché considerato quello col più alto numero di chioschi famosi. La definizione usata per descriverlo nei siti on-line è di un "iconic hawker centre", uno dei più

grandi e antichi dell'isola, posizionato dove una volta si trovava l'aeroporto nazionale. Per arrivarci abbiamo preso l'autobus 33, che da Joo Chiat va verso il centro città, fino alla fermata esattamente adiacente all'entrata. Dall'esterno, il mercato si presenta in una struttura a due piani, in cui nella parte inferiore si trova l'*hawker center*, mentre al piano superiore vi è il *wet market*, mercato di materie prime alimentari ma anche vestiti, stoffe e accessori. Questa vicinanza delle due tipologie di mercati si ripresenta spesso nel territorio di Singapore, rappresentando un punto focale della vita dei quartieri.

Io e la mia guida fidata saliamo gli scalini d'entrata del mercato, superando l'insegna in evidenza del nome "Old Airport Road food centre", già ben visibile dall'autobus. Una volta dentro, l'emozione di trovarmi concretamente in uno dei luoghi da me tanto immaginati, cercati nelle fotografie e nei video, ascoltati nei racconti dei miei conoscenti singaporiani, mi pervade, e mi rendo conto di camminare con la bocca aperta in un sorriso, ulteriore motivo, oltre al fatto di essere forse l'unica occidentale, dei tanti sguardi che mi sento addosso. La prima cosa che imparo degli *hawker centres* è che, come per tutti i luoghi pubblici, esistono le cosiddette *peak hours*, i momenti della giornata più affollati di clienti, e per l'*Old Airport*, questo momento è decisamente la sera. Chiedo a Yin Wei di fare un giro di tutto il mercato prima di decidere cosa mangiare, poiché non avrei la minima idea di cosa scegliere e sono curiosa di vedere l'intero mercato. Camminare davanti ai chioschi è impossibile: le tante persone in attesa di ordinare e di acquistare i piatti si accumulano nello spazio tra i tavoli e le entrate dei chioschi, uno accanto all'altro. Perciò, camminiamo tra i tavoli, esattamente al

centro tra le due file di chioschi a destra e a sinistra. La mia testa gira da un lato e dall'altro, cercando di cogliere con lo sguardo tutte le scritte dei nomi dei chioschi e dei piatti. Alcune le comprendo, poiché in inglese o in cinese comprensibile, altre proprio mi sfuggono. Tuttavia, le immagini dei piatti, in alcuni chioschi visibili nella parte alta, mi aiutano a capire il tipo di ricetta preparata. Tra i tanti chioschi di cibo ce ne sono alcuni che servono solamente *drinks*, e imparo presto che il loro ruolo, in un paese tropicale perennemente caldo, è centrale in ogni pasto della giornata o al di fuori, come *snack* per idratare il corpo e integrare gli zuccheri. A un certo punto la voce di Yin Wei distoglie il mio sguardo, c'è un tavolo libero ed è meglio occuparlo vista la folla. Dalla tasca dei pantaloni tira fuori un pacchetto di fazzoletti, e lo appoggia sul tavolo, insieme all'ombrello che teneva in mano per la minaccia di pioggia. Questo è il metodo collettivamente adottato per prenotarsi un posto a sedere nei tavoli degli *hawker centres*, denominato *choping o chope culture*⁴⁶, caratteristica trovata unicamente a Singapore. Chiunque veda un pacchetto di fazzoletti, o una di quelle scatole di cartone contenenti salviette per le mani, o addirittura se qualcuno lascia la propria borsa o alcuni averi sui tavoli, questi sono chiari segnali che quel tavolo è già occupato, e nessuno oserebbe

⁴⁶ La parola non ha un significato proprio in inglese, ma ha assunto un preciso significato per i singaporiani nell'ambito degli *hawker centres*, ben riassunto dal critico gastronomico singaporiano Seetoh in un suo articolo on-line: «the technique of securing seats at those feeding frenzy hours had long ago been reduced and translated to a fine art form called “chope.” The first thing chope master artists do is to hone in on an empty table and mark their turf — by putting the cheapest or most useless personal item they have on them, usually a half used tissue pack, a cheap ball point pen or even a worthless bargain stall umbrella on the seat. That, in mod-Singapore street food speak, means “lay off, she’s taken,” or in local vernacular called Singlish “Chope, this seat mine” (a local English slang, sans the polite grammar and attitude the British left us with)». (Seetoh, 2012, si veda URL in sitografia).

appropriarsene. In una sola sera in città ho già modo di accorgermi che quanto si dice a proposito di Singapore quale uno dei paesi più sicuri al mondo, con il tasso di criminalità tra i più bassi, è attendibile. Assicurato il tavolo e proseguendo con l'osservazione, mi rendo conto di essere attirata dalle immagini di zuppe, forse perché nella stanchezza da *jet-lag* e nello spaesamento provato di fronte alla miriade di pietanze a me sconosciute, offerte nelle file di *stalls* (chioschi), rappresentano un piatto sicuro. Il chiosco dove ordiniamo la nostra cena serve *yong tau foo*, il piatto che inaugura l'inizio della mia esperienza gustativa a Singapore, a base di spaghetti e pezzi di tofu cotti in diversi modi. Con Yin Wei mi appresto a ordinare ai due signori, probabilmente marito e moglie, che trafficano tra ingredienti e pentole dentro il chiosco. Provo a parlare ma nella velocità generale che domina mi sento goffa, lenta e incapace di esprimermi poiché non so nemmeno pronunciare il nome del piatto. Il mio amico fa da tramite e ordina per entrambi un piatto di zuppa di *yong tau foo*, una con *noodles* e una senza, una con *chilli* e una senza. Mi rendo conto di cosa abbiamo ordinato solo vedendo il cibo nelle *bowls* fumanti, poiché, pur attenta a seguire il dialogo tra Yin Wei e la signora, comprendo solo poche parole di una conversazione che non è durata più di trenta secondi. Riconosco la parola *auntie*, zia, usata da Yin Wei per chiamare e ringraziare la signora, un appellativo che si usa a Singapore per riferirsi a qualcuno di più grande, insieme a *uncle* per i maschi, anche per persone molto anziane, e la cosa mi ha sempre trasmesso un senso di vicinanza collettiva. Sento chiaramente la parola inglese perché in risalto tra le altre parole che mi apparivano quale un mix di difficile comprensione tra cinese, inglese e altri suoni di

lingue sconosciute. Avevo sentito parlare del *singlish*, della lingua parlata dai singaporiani che mescola cinese, inglese, malese, ma questa era la prima volta che lo ascoltavo, e devo ammettere che per comprenderne le frasi completamente ci vuole del tempo. Personalmente mi ci sono voluti i primi due mesi di campo per arrivare a cogliere al cento per cento le parole dei miei interlocutori, l'orecchio si deve abituare e alcune parole diventano familiari, soprattutto nel contesto del cibo, come i nomi dei piatti, le formule usate per ordinare, le parole che esprimono la soddisfazione per un piatto gustoso e così via. Il tempo vissuto sul campo serve per scoprire questi e altri aspetti, per familiarizzare con la cultura locale e permettere di decodificare le situazioni in cui ci si viene a trovare, in modo sempre più automatico, senza quasi prestarvi attenzione. Vivendo sei mesi a Singapore e frequentando quasi ogni giorno un *hawker centre*, mi sono “impregnata” della sua atmosfera, delle sue dinamiche, imparando a muovermi al suo interno gradualmente, con sempre meno incertezze, difficoltà, incomprensioni e domande. Tra i primi passi mossi in questi luoghi, come quella sera all'*Old Airport Road food centre*, e le ultime settimane di campo all'interno del Dunman food centre, ho percepito le differenti sensazioni e la sicurezza contrapposta al senso di inadeguatezza iniziale. Ogni momento trascorso nei mercati è stato utile a costruire passo passo un rapporto di fiducia con le persone e nei confronti di me stessa, e la percezione della possibilità di riuscire nel mio obiettivo di comprendere e interpretare la quotidianità degli *hawker centres*. Come afferma Olivier De Sardan: «Bisogna, sul terreno, aver perduto tempo, tanto tempo, una quantità enorme di tempo per capire che questi tempi morti erano necessari»

(2005:30). Grazie alla frequenza prolungata e a un'interazione continuata, fatta anche di momenti apparentemente piatti ma comunque ricchi, ho potuto confrontarmi con molti aspetti caratterizzanti le giornate, a prima vista uguali nel ritmo ma sempre nuove, e la vita ricca di accadimenti del mercato. Parallelamente sono riuscita a entrare in contatto con le svariate tipologie di persone che lo frequentano: gli *hawkers*, i *cleaners* e i fornitori per lavoro, i clienti più anziani come luogo di ritrovo e ricerca di compagnia, i giovani per una pausa dopo scuola o un *drink* fresco prima dello sport, le famiglie nei weekends per cena o durante la settimana per comprare pasti pronti *take-away* e così via. Stare seduta per intere giornate, cambiando postazione e prospettiva ogni giorno, sudando e avendo come compagni fidati i freschi *drinks* di frutta fresca e ghiaccio, ha fatto nascere la curiosità e la voglia di avvicinarsi delle persone, dando vita a una miriade di conversazioni spontanee, velocemente annotate in seguito per non perderne il ricordo e le informazioni ricavate. Passare il tempo da sola è servito a creare un rapporto con il luogo e con le persone, mi ha permesso di costruire una personale routine quotidiana nel mercato, inserendomi nelle ore lavorative e in quelle di pausa, facendomi conoscere man mano, assumendo in parte anch'io il ruolo di attore sociale.

Dopo aver trascorso le prime due settimane esplorando diverse aree dell'isola e i rispettivi *food centres* ho sentito forte la necessità di vivere l'esperienza in solitudine, senza il filtro di Yin Wei, amico singaporiano, aiuto fondamentale nei primi giorni ma rivelatosi in seguito un ostacolo nella costruzione del mio rapporto con i luoghi e le persone. Procedendo quindi la ricerca da sola, mi sono imbattuta, quasi casualmente, nel Dunman food centre, una

sera in cui vi entrai per bere un tè serale, dopo una delle tante passeggiate conoscitive nel quartiere di Joo Chiat. Data la frustrazione derivante dai primi giorni di ricerca incessante del mercato giusto, e avendo ottenuto pochi risultati e tante perplessità, mi sono approcciata a questo *hawker centre* senza alcuna pretesa, comportandomi da semplice cliente. Lo spazio limitato a poche decine di chioschi e la tranquillità di quell'orario mi attirarono, e decisi di tornarci il giorno dopo, per colazione. Una colazione che non posso scordare. Quella mattina ho assaggiato il *wanton mee*, un piatto consumato spesso nelle prime ore del giorno, a base di *noodles* conditi con grasso di maiale, pezzi di maiale affumicato, qualche foglia di verdura cotta e i *wanton* da un lato, ravioli ripieni di carne di maiale, il tutto caricato da una potente salsa piccante fatta in casa nel chiosco che decisi di provare. A quell'ora della giornata, verso le otto del mattino, trovai solamente il chiosco di *wanton mee* pronto per servire, e soli altri due aperti ma ancora non attivi. Il caso ha voluto che questo primo chiosco e primo *hawker* con il quale ho avuto contatti, il *char siew wanton mee* di Steven, sia diventato negli ultimi mesi di ricerca il centro della mia analisi, che a partire dall'intero luogo si è focalizzata, nella fase finale, su una sola realtà lavorativa. Da un metodo di osservazione iniziale puramente descrittiva dello spazio fisico, delle caratteristiche, delle giornate e del ritmo di lavoro, sono passata in un secondo momento alla fase di campo immergente, cercando il contatto con le persone e la possibilità di avvicinarmi concretamente ai chioschi e alle ricette, scegliendone alla fine solo una. Dall'essere una sconosciuta cliente molto frequente, agli occhi di chi mi vedeva tornare e ritornare giorno dopo giorno, sono diventata Lao di 劳迪 (il mio nome in

cinese), la ragazza italiana che “ci” studia, a partire dal momento in cui ho spiegato il mio progetto, chiedendo l’approvazione e la collaborazione dei lavoratori. Era chiaro che nessuno aveva pienamente compreso quale fosse il mio scopo all’interno del loro mercato, tuttavia ciò che mi diede la spinta a iniziare il lavoro fu la curiosità di tanti clienti, che si avvicinarono per primi, e la disponibilità ricca di orgoglio nel mostrare il proprio lavoro degli *hawkers*. Il metodo di analisi è stato in parte organizzato, in parte ha seguito il flusso delle giornate e dei comportamenti delle persone, le quali mi dedicavano il tempo che volevano, quando volevano e come volevano. Mi sono adattata, adottando un’etica personale che m’impediva di insistere nelle richieste di interviste e informazioni, qualora notassi anche la più minima reticenza. Ho imparato la pazienza, vissuto il senso di solitudine, la felicità quando le persone mi sorridevano e mi rivolgevano la parola, quando si rivelavano interessate e compiaciute, e la frustrazione e il senso d’impotenza quando ricevevo sguardi sospetti o risposte negative, o quando percepivo che erano stufi di vedermi ogni mattina, puntuale, entrare in “casa” loro. Mi sono fatta conoscere offrendo un po’ di me nel richiedere tanto da loro, in un rapporto che, in particolare con alcuni, è diventato di fiducia reciproca e amicizia.

Nei prossimi paragrafi articolo la descrizione dell’etnografia all’interno del Dunman food centre iniziando dalla presentazione del contesto in cui si trova, dalla sua storia legata alla vita del quartiere. Mi soffermerò poi sul racconto delle giornate lavorative, caratterizzate da elementi fissi e da circostanze eccezionali, legate a fattori esterni quali il tempo atmosferico e i legami con altri luoghi limitrofi, in particolare con il *kopitiam (cooffeeshop)* di

quartiere, posizionato esattamente accanto. Nel descrivere le giornate di lavoro presento il paesaggio sensoriale da me vissuto e come la percezione di questo sia cambiata nel corso del tempo. Infine traccio uno schema delle relazioni tra le diverse figure che si incontrano ogni giorno, ognuna con il proprio ruolo e la propria percezione nel vivere il mercato.

2. *Il kampong di Joo Chiat tra storia e modernità*

Il tragitto tra il mio appartamento e il mercato è molto breve, permettendomi ogni giorno di percorrere Joo Chiat Road per una decina di minuti, abbastanza tempo per diventare familiare con i titolari dei negozi, dei ristoranti, delle boutique, che ogni giorno mi vedono andare e tornare dalle due a più volte al giorno. Di tutte queste persone non conosco i nomi, ma il rapporto con loro, diventato naturalmente di simpatia reciproca, ha creato attorno a me una rete di conoscenze, sorrisi mattutini e interessamento, che hanno permesso di farmi sentire in poco tempo “a casa” nel quartiere.⁴⁷

Vivendo il quartiere di Joo Chiat per sei mesi, ho respirato quello che doveva essere il *kampong spirit* dei villaggi del passato, di cui ho tanto sentito parlare, in cui tutti erano solidali l'un l'altro, i figli di uno erano i figli di tutti e non esistevano porte o cancelli nelle case. I brevi incontri con i ragazzi che fumavano seduti sotto il portico durante le pause tra una consegna e l'altra di una pizzeria da asporto, la curiosità e le domande del titolare del ristorante vietnamita, il sorriso della donna velata dell'alimentari indiano dove compravo la frutta e molti altri scandivano le mie giornate, una dopo l'altra, creando attorno a me una rete

⁴⁷ Annotazione nel diario di campo in data 9 ottobre 2015.

di rapporti interpersonali all'interno del quartiere. Ho deciso che, senza trascurare uno sguardo ampio all'intera area di Singapore, compresa quella più moderna e di stampo occidentale del centro città, mi sarei concentrata sulla mia zona, che nel suo piccolo offriva una buona rappresentazione sia dell'incontro tra modernità e passato, sia della multiculturalità dell'intero paese. I primi passi mossi nelle strade del quartiere servivano per ambientarmi, diventarne familiare, e le numerose passeggiate, quali strumenti conoscitivi iniziali, mi hanno permesso di orientarmi e di scoprire angoli fondamentali per la futura ricerca, quali i due principali *hawker centres* dell'area. Da un lato il Geylang Serai food centre, il mercato malese dell'area, che divide il quartiere a maggioranza cinese di Joo Chiat dal quartiere malese di Kampong Glam. Dal lato opposto di Joo Chiat Road, il Dunman food centre, mercato a maggioranza di venditori e clientela cinese. Il primo molto grande, composto da due piani, con al piano terra il *wet market* e al piano superiore il *food centre*. L'intero mercato è inserito in una struttura aperta in legno che riprende le case malesi tradizionali, con il tetto triangolare rivolto verso il cielo. La tipologia di chioschi, di ricette offerte e di clienti sono immediatamente identificabili con una larga maggioranza malese. Seduta a un tavolo del Geylang Serai food centre, in un punto che affacciava l'attraversamento pedonale tra Joo Chiat Road e l'entrata del mercato, mi piaceva osservare i mille colori dei vestiti delle donne malesi, coperte dal tipico velo in testa e gli uomini con il copricapo islamico. Il tratto di Joo Chiat Road nelle vicinanze di questo mercato rappresenta l'etnia presente in maggioranza

nell'area, caratterizzata da negozi di abbigliamento malese, ristoranti *halal*⁴⁸, piccoli alimentari o boutique di dolci malesi. Gradualmente, procedendo lungo la strada, l'aspetto dei negozi cambia. Un *kopitiam* cinese all'angolo tra Joo Chiat Road e una stradina laterale, ristoranti cinesi e di cucina *peranakan*⁴⁹, mescolati a negozi di spezie indiane, panetterie occidentali di prodotti da forno, e ristoranti vietnamiti.

Nell'arco di una giornata Joo Chiat Road assume diverse "facce". Al mattino presto la tranquillità, le poche macchine, i negozi che iniziano ad aprire, i *kopitiam* per primi alle 4 di mattina quando ancora è buio, e ora dopo ora i ristoranti, che iniziano a preparare gli ingredienti con le serrande mezze aperte, e i vari negozi. Nelle ore centrali c'è un gran via vai di macchine, camion di fornitori che trasportano le merci da un luogo all'altro, pulizie e manutenzione della strada, autobus e taxi, biciclette e pedoni ai due lati della strada, che camminano sotto i portici. La sera è il momento di maggiore attività per i ristoranti, le luci si accendono, le insegne colorate lampeggiano e le voci dei clienti si sentono lungo tutta la

⁴⁸ I ristoranti che servono cibo con l'esclusione assoluta della carne di maiale, adatta ad essere consumata dai credenti musulmani.

⁴⁹ *Peranakan*, *baba-nyonya* e cinesi dello stretto sono tutti termini usati per identificare i primi coloni cinesi nella penisola malese e dello stretto di Malacca, che sposarono donne malesi. La cultura *peranakan* si caratterizza quindi dall'unione di diverse forme culturali, riscontrabile in gran parte nell'ambito culinario. Dalla cucina malese vennero presi ingredienti quali la pasta di gamberetti (*belacan*), il peperoncino, la citronella, il galangal e la curcuma, mentre da quella cinese la passione per il maiale e i metodi usati per la preparazione del cibo. Ad arricchire il tutto furono in seguito incorporati molti altri ingredienti delle cucine indiana, thailandese e portoghese. Si crearono inoltre varianti locali, in particolare nella zona di Malacca e Singapore, con la vicinanza dell'Indonesia, dove il cibo è più dolce, ricco di latte di cocco e spezie malesi, come il coriandolo e il cumino.

strada. Nelle ore più tarde, infine, i bars KTV⁵⁰ e i pubs occidentali verso la fine di Joo chiat Road sono i protagonisti, senza dimenticare i sempre attivi *kopitiam* e il Dunman food centre il quale, posizionato esattamente alla metà di Joo Chiat Road, lavora particolarmente nelle ore serali, soprattutto nei weekends. L'incrocio all'altezza del Dunman food centre unisce Joo Chiat Road con la laterale Dunman Road, da cui il nome. Quattro semafori regolano il traffico proveniente dai quattro lati della strada, Joo Chiat Road, Dunman Road e all'opposto Koon Seng Road, strada famosa perché vi si trovano le *shophouses* più colorate e meglio conservate di Singapore (fig.9). All'angolo tra Koon Seng Road e Joo Chiat Road si trova un supermercato aperto ventiquattro ore al giorno, luogo dove spesso gli *hawkers* del Dunman food centre si recano a comprare alcuni ingredienti, lo stesso supermercato da me frequentato. Attraversando la strada, parallelo al supermercato è collocato il *kopitiam* cinese Tin Yeang Restaurant. Differentemente da ciò che il nome suggerisce si tratta di un *coffeeshop* di quartiere. Come tale, si trova a lato della strada, in posizione angolare (fig.10). A dividerlo dal marciapiede vi sono alcune colonne che reggono il palazzo al di sopra, lasciandolo aperto sulla strada in due dei quattro lati della struttura rettangolare (fig.11). Tavoli e sedie in legno si trovano sparsi al centro (fig.12), e nei due lati interni sono disposti gli *stalls* che preparano e vendono il cibo e la zona dedicata ai *drinks*. Mentre gli *hawker centres* sono strutture pubbliche, gestite dal governo nella figura della National Environment Agency, i *kopitiam*

⁵⁰ Si tratta di *karaoke bars* che al loro interno hanno solitamente stanze private, alcune riservate per uso sessuale. Nelle ore serali non è raro vedere signori di mezza età insieme a giovani ragazze vestite eleganti lungo Joo Chiat Road, che chiacchierano e fumano davanti a questi luoghi.

sono privati, gestiti spesso da una famiglia, la quale possiede lo spazio e affitta i chioschi, solitamente non più di tre o quattro postazioni, a chiunque voglia preparare e vendere dei piatti. La zona dei *drinks*, dove si serve la tipica colazione singaporiana, è invece gestita dai proprietari. Questa colazione prevede un *kopi*, caffè in malese, che può essere nero, macchiato con latte condensato, zuccherato o meno, o un tè, anch'esso con tutte le varianti possibili (si veda la scheda 1 in appendice), pane tostato e spalmato di *kaya jam*⁵¹ e due uova alla coque, da rompere e mescolare in una ciotola e condire con salsa di soia e pepe bianco. In questa semplice colazione composta da pochi ingredienti si può già notare il mix di elementi tipicamente inglese, quali il tè, le uova e il pane tostato, uniti a ingredienti esclusivamente locali quali la salsa di soia e la *kaya jam*, conseguenza dell'incontro tra i coloni inglesi, il territorio e i prodotti del luogo. Nel corso dei giorni e dei mesi di ricerca, all'interno di quel *coffeeshop*, che iniziai a frequentare parallelamente al Dunman food centre, incontravo facce conosciute, persone del quartiere che vi si recavano per una pausa o per incontrare un amico o semplicemente per un *kopi* e una sigaretta alla ricerca di ristoro dalle giornate calde e umide. Non solo, dopo un breve periodo di osservazione mi resi conto che il Tin Yeang Restaurant e il Dunman food centre erano due luoghi in stretta relazione tra loro, non solo a causa della vicinanza, poichè l'uno accanto all'altro (fig.13), ma anche per la loro storia all'interno del quartiere e il loro ruolo focale per gli abitanti dello stesso. Fu proprio passando davanti ai

⁵¹ *Kaya jam* o *coconut jam* è una marmellata a base di latte di cocco, uovo e zucchero, molto usata in tutto il Sud-est asiatico.

tavoli di questo *coffeeshop*, un giorno in cui mi stavo recando al Dunman food centre per un' intervista programmata, che conobbi una persona importante nei miei sei mesi a Singapore. Questa persona è Rozanna, una donna di ottantaquattro anni con la fisionomia di una di sessanta, singaporiana, cresciuta nel quartiere di Joo Chiat. L'incontro con lei è stato uno di quei tanti incontri fortuiti che capitano nell'esperienza di campo e che si rivelano fantasticamente salienti per l'andamento della ricerca. Ci eravamo già incontrate un'altra volta, io e Rozanna, nel *kopitiam* malese di Joo Chiat, in un altro angolo di Joo Chiat Road con una strada laterale. Quel pomeriggio ebbi solamente modo di notarla, sola e dallo sguardo profondo, e di scambiare con lei qualche sorriso. Rivedendola qualche giorno dopo al Tin Yeang *coffeeshop* rimasi piacevolmente sorpresa e decisi quindi di rivolgerle la parola, chiedendole se fosse del posto. Iniziosi così il rapporto di due amiche, io di supporto alla sua solitudine quotidiana di persona anziana con i figli lontani, e lei di conforto al mio senso di mancanza di persone care e familiari. Nondimeno, le memorie di Rozanna sul passato di una Singapore molto diversa e sulla storia del quartiere di Joo Chiat si sono rivelate fondamentali per reperire informazioni storiche vissute in prima persona. I ricordi di quando l'area era ancora una *jungle*, nelle parole di Rozanna, rispecchia la descrizione della Joo Chiat di fine Ottocento, con coltivazioni di palme da cocco e piantagioni di cotone, villaggi in legno e bambù, *bungalows* vicino alla costa e territori gestiti dai governatori inglesi, tra cui Thomas Dunman, al quale è dedicato il nome dell'attuale Dunman Road (fig.14). A partire dal 1900, dal centro dell'isola densamente popolato, le persone si spostarono verso est, con il risultato

di una rapida crescita della popolazione residenziale. Furono istituiti nuovi servizi e strutture, tra cui una linea tramviaria, e dagli anni '20 del Novecento l'area fu servita di autobus e taxi. Cominciarono ad apparire le prime scuole e istituzioni religiose, soprattutto di stampo cattolico, e questo portò una significativa presenza di popolazione "euroasiatica" nell'area (generazioni figlie di matrimoni misti tra occidentali e asiatici). I cinesi provenienti dal sud della Cina in cerca di fortuna sposarono le donne malesi del territorio di Singapore e si stabilirono in quelle zone, dando vita alla cosiddetta cultura *peranakan*, riconoscibile nello stile architettonico misto delle *shophouses* (Abshire, 2011). Storicamente, l'area est di Singapore, e in particolare di Joo Chiat, è considerata la migliore per quanto riguarda la scena culinaria, soprattutto per la grande varietà dei piatti legata all'eterogeneità della popolazione. Essendo una zona vicino alla costa, con la presenza costante del mare, nel periodo dei monsoni capitavano vere e proprie inondazioni, le quali Rozanna mi ha raccontato con ancora l'emozione di paura e rassegnazione, che un evento naturale così disastroso le aveva insegnato fin da bambina.

Rozanna non si è rivelata solamente una fonte storica chiave per la conoscenza del quartiere e della storia di Singapore, ma anche una *gatekeeper* per entrare in contatto con alcuni *hawkers* del Dunman food centre e alcuni lavoratori del Tin Yeang *coffeeshop*. Essendo una donna del quartiere, anziana e sola, Rozanna spendeva le sue intere giornate tra un *coffeeshop* e l'altro di Joo Chiat, vicino a casa, passando il tempo a bere tè e osservare i passanti per strada. Per questo motivo conosceva le persone che frequentavano e lavoravano

in quegli spazi. Grazie a lei ho conosciuto Seng, malese di nascita che lavorava nel Tin Yeang *coffeeshop* tutti i giorni dalle 4.30 del mattino alle 17.00 del pomeriggio. Ogni giorno, a metà mattinata, Seng si recava al Dunman food centre per mangiare un piatto di *wanton mee* dal chiosco di Steven, la sua seconda colazione. Rozanna, invece, amava mangiare *roti prata*, non solo come colazione ma anche nel pomeriggio, per merenda. Nel quartiere di Joo Chiat, un *coffeeshop* malese era specializzato in *roti* e *curry*. Questa ricetta rappresenta quello che i singaporiani definiscono uno *staple food*, un cibo che si consuma abitualmente, anche ogni giorno. Gli ingredienti sono molto semplici: un impasto di farina e latte che viene cotto su una griglia spalmata di burro, una sorta di *crêpe* avvolta su se stessa a formare una forma quadrangolare, da condire in una ciotola di salsa al curry. All'impasto base si possono aggiungere uova, funghi o altro, a seconda delle preferenze. Parlando di prezzi, una porzione di *roti prata* non costa più di due dollari singaporiani (SGD), vale a dire circa un euro e trenta, così come il *wanton mee* di Steven del Dunman food centre costa tre dollari, in linea con i criteri che rendono il cibo *hawker* e i piatti preparati nei *coffeeshop* accessibili a tutti. Oltre ai prezzi bassi, i criteri che caratterizzano l'esperienza degli *hawker centres* sono la varietà dei prodotti offerti, che attraverso la distribuzione dei chioschi dovrebbe rappresentare la multiculturalità del paese, e quindi soddisfare ogni palato e ogni precetto religioso, e la velocità del servizio, motivo per cui i singaporiani preferiscono acquistare il cibo preparato dagli *hawkers* piuttosto che cucinare in casa.

Non solo negli *hawker centres*, la velocità nella vendita dei cibi si è diffusa a Singapore anche tramite le numerose catene di *fast food* d'importazione occidentale. In particolare le nuove generazioni, cresciute vedendosi offrire qualsiasi tipologia di cibo in una città moderna e variegata, amano questo tipo di esperienza culinaria, senza però eliminare la costante esposizione agli *hawker centres*. Una delle motivazioni portate in causa da molti singaporiani nel giustificare la scelta di altri luoghi rispetto agli *hawker centres* e ai *kopitiam* per mangiare, è che negli stessi non vi è aria condizionata, considerata indispensabile per resistere all'insopportabile caldo dell'isola. Al contrario, ciò che rende autentica l'esperienza nei mercati e nei *coffeeshop* all'aperto è proprio l'assenza di aria condizionata e la presenza di una miriade di ventilatori che fanno da sottofondo costante, sollievo momentaneo dall'afa. Se esiste la categoria di luogo autentico, di contrapposto deve per forza esserci qualcosa di definito non-autentico e, nel caso di Singapore, si tratta della versione dell'autenticità modernizzata, occidentalizzata, quindi sradicata di qualsiasi rapporto col passato. Un esempio di questa tipologia di autenticità fittizia sono sicuramente le *food courts*, aree presenti in edifici moderni, quali soprattutto i centri commerciali, dove si trovano chioschi di vendita di piatti pronti che condividono una zona centrale di tavoli per i clienti. La struttura e la tipologia di cibo delle *food courts* riprendono quella degli *hawker centres*, con la differente presenza dell'aria condizionata, causa dell'aumento dei prezzi di circa due, tre dollari singaporiani, e della struttura standard dei chioschi e delle divise dei lavoratori. Se in un qualsiasi *hawker centre* un piatto di *wanton mee* non costa più di tre dollari e mezzo, nelle

food courts se ne possono trovare versioni addirittura a cinque, sei dollari: il prezzo di mangiare al fresco. In linea con la modifica del paesaggio e dello stile di vita, crescono nuove aspettative e abitudini. Così, a Singapore l'aria condizionata è diventata per molti indispensabile, la soluzione all'umidità e al sudore causato dal clima equatoriale. E' stato solo questione di tempo prima che qualcuno pensasse alla possibilità di avere il cibo *hawker* nel comfort di un luogo arieggiato artificialmente. Nel 1985 venne inaugurata la prima *food court*, chiamata *Picnic food court*, nel basamento dello *Scotts shopping centre*, lungo *Scotts Road* (Kong, 2007:51). Da allora iniziò la tendenza a costruire *food courts* in quasi ogni centro commerciale, nelle aree industriali, in luoghi pubblici quali scuole, università e ospedali. I gruppi Kopitiam, Food Junction e Food Republic rappresentano un esempio di successo in questo nuovo trend, quali catene di *food courts* distribuite estensivamente in tutta l'isola, gestite, a differenza degli *hawker centres*, privatamente.

Nonostante la vasta scelta culinaria di Singapore, addirittura sotto forma di “freschi *hawker centre*”, dove il sogno gustare sapori conosciuti nel fresco dell'aria condizionata è diventato realtà, il ruolo degli *hawker centre* rimane centrale ed è inverosimile ipotizzare una scomparsa di questi luoghi a scapito di una modernità che prima o poi entrerà in contatto anche con essi. Anzi, il progetto di modernizzazione dei mercati, da me testimoniato grazie ad una visita al primo dei venti nuovi mercati in costruzione entro il 2027, insieme ad un funzionario della National Environment Agency, esiste già. Tuttavia, le novità hanno sì da un lato lo scopo di modernizzare, soprattutto in termini di velocizzare le operazioni. Ad esempio

con l'installazione di casse telematiche dove il cliente potrà pagare digitando il nome del piatto e inserendo i soldi mentre a voce ordina il piatto all'*hawker*, il quale cucinerà mentre già sta avvenendo il pagamento. Dall'altro lato permane, però, una costante puntualizzazione di quali devono essere i criteri riconoscibili di un *hawker centre*: la varietà dei piatti offerti, che deve rispecchiare la multiculturalità del paese, il mantenimento di una fascia di prezzo bassa, per permettere ad ognuno di acquistare un pasto, la qualità e l'igiene e la velocità nelle operazioni. Notare l'inserimento di una macchina che si occupa della fase del pagamento, eliminando in questa operazione il rapporto venditore-cliente, mi ha sorpreso e dato una sensazione negativa. Al contrario, la National Environment Agency, nella figura del funzionario che me ne ha riportate le opinioni, si ritiene soddisfatta della novità, e ci tiene a ribadire che, attraverso una *hot line* sempre attiva che permette a ogni singaporiano di telefonare per eventuali segnalazioni o consigli a proposito degli *hawker centres*, possono agire di conseguenza cercando di migliorare le caratteristiche dei luoghi, accogliendo le richieste del pubblico. La necessità di velocità e di semplificazione in ogni aspetto della vita quotidiana è una caratteristica singaporiana, per questo non necessariamente da vedere come aspetto negativo. Si tratta di una forma diversa e peculiare di approcciarsi alle giornate e all'idea di tempo, nelle parole di molti abitanti, una costante storica nel territorio. Forse a causa delle risorse limitate che spingono all'impegno continuo per ottenerle e del modello governativo volto al continuo progresso è nata naturalmente questa relazione tra

l'esponenziale e continuo sviluppo concreto del paese e il suo costante livello di stress nel non volersi fermare mai.

Riguardo questi temi ho avuto la fortuna di potermi confrontare con un funzionario della National Environment Agency (NEA), Huay Koon Tan, più volte incontrato per un'intervista o per una visita in loco negli *hawker centres*. Nel nostro primo incontro, negli uffici della NEA, mi è stata raccontata la storia della nascita dei mercati, le ragioni per cui si è rivelata necessaria la loro costruzione, il cambiamento di ruolo che hanno vissuto dai primi anni fino ad oggi e i progetti futuri dei prossimi *food centres*. Un punto chiave del nostro incontro è stato la discussione riguardo la paura della mancanza di giovani disposti a prendere il posto dei molti *hawkers* ormai anziani e prossimi alla pensione. Una carenza che rischierebbe di far sparire le ricette conservate dall'esperienza e dal lavoro quotidiano dei cuochi dei mercati, ma non per questo volta a eliminare l'esperienza stessa dei luoghi *hawker centres*, centrale nella vita di ogni singaporiano:

Claudia: «So you're saying that the places hawker centres won't disappear?»

Huay Koon Tan: «They won't disappear! Actually we are building more! The thing is that people want hawker centres. Because the thing is that hawker centres they are built by the government, managed by the government, and the objective is to make food prices at low rate for everyone. Singapore is a vibrant society and singaporeans are busy people, so there will be always people cooking and people eating. The place of the hawker centres and the low prices will always be there. My personal view is that something could be loss, and we have to be aware of it. Of the hawker centre's heritage we want to preserve the dish, the hawkers' heritage is

about the recipes. We receive feedbacks from the people about the loss of certain types of food and that we have to find a way to encourage young people to work in the hawker centres. But they don't want to. There are so many options of education for young people that do we really need young people to be hawkers? It won't be a parent's dream for their children so how can we encourage young people? The furniture, the environment, the food, the people working might change yes, but will never disappear the place and the experience of eating in the hawker centre in Singapore». ⁵²

Un'altra opinione riguardo la veloce quotidianità singaporiana, e il ruolo degli hawker centres in questo sfondo, mi è stata offerta da due singaporiani cinesi incontrati durante una delle tante tappe nel *cooffeshop* malese di Joo Chiat, tra le mete preferite per scrivere, leggere o riflettere lontana dall'immersione quotidiana nel Dunman *food centre*, situato tuttavia dietro l'angolo rispetto allo stesso. L'approccio iniziò da parte loro, con un commento al libro *Eating her curries and kway. A cultural history of food in Singapore* (Tarulevicz, 2013) che stavo leggendo. Sedutisi vicino, mi chiesero il motivo del mio interesse per quei temi e iniziammo a parlare. Il momento più saliente di una conversazione spontanea che cercai di annotare precisamente appena dopo, fu il loro commento al fatto che stessi studiando la cultura e l'eredità singaporiana presente nei luoghi *hawker centres*:

Primo interlocutore: «More students now in Singapore are starting to study more Sociology and Anthropology, more than the classic Medicine and Economy. And we hope so, because they will help us to preserve Singapore's heritage! The people is trying to tell the government it should preserve the hawker centres, the

⁵² Intervista registrata il 27 novembre 2015, si veda l'intervista completa nelle appendici.

coffeeshops, the condo's⁵³ heritage. People can socialize and be a community there. Modernity and progress are instead destroying Singapore's heritage. And people is against that. Singapore's life is fast and stressing. Hawker centres and coffeeshops are places where time stops, people can relax. Then, they will go back to the fast working life»

Secondo interlocutore: «Nowadays Singapore is far different from when I was born. I was born and raised here, but now I don't recognize the Singapore of my childhood. I was son of two malay, my grandpa came from India and my granma from China: I'm a great example of this multiracial society! In the past, hawkers where on the street. Now they're gone, and with them also some food is gone. Singapore has a short history. In only fifty years we grow up too fast, so of course we lost something! In Europe you have long history, so the Italy you see today you recognize it, you see its history, we don't!⁵⁴

Il prezzo del velocissimo progresso che Singapore ha conosciuto è la perdita, anche visiva, della Singapore in cui le persone sono cresciute, quella in cui si riconoscono poiché ne sono legate memorie e ricordi personali e collettivi. Quei ricordi che, attraverso il cambiamento dell'assetto paesaggistico e l'eliminazione degli edifici "vecchi", fanno perdere l'identità che sentono propria in opposizione alla modernità subita. E' in questo quadro sociale che il cibo e l'esperienza degli *hawker centres* permettono ai singaporiani di riconciliarsi col loro passato, di respirarne nuovamente le sensazioni. E' così che lo scrittore singaporiano Christopher Tan, esortando i suoi concittadini, afferma: «Singapore's food is a way of history making and

⁵³ I vecchi palazzi residenziali di pochi piani, opposti ai grattacieli di centinaia di piani che si ritrovano nel nuovo skyline del paese.

⁵⁴ Conversazione annotata il 18 novembre 2015.

nation building. [...] It (food) is important, and it should be important to you, because it is about you» (2010:15).

3. Il carattere autentico degli hawker centres

3.1 I luoghi

Fino a questo punto si è parlato di autenticità quale uno dei criteri per descrivere l'esperienza all'interno degli *hawker centres*. Non solo le ricette, le quali, come abbiamo visto, possono essere modificate o perse nel tempo, ma è più l'esperienza dell'ordinare, attendere, pagare e infine sedersi e mangiare i piatti a rendere l'intera situazione del frequentare i mercati autentica, specchio della realtà quotidiana del modo di vivere singaporiano. Se da un lato le ricette andranno perdute, queste peculiari caratteristiche del luogo permarranno nel tempo, perché parte integrante della vita delle persone. Un dato certo è la volontà generale di gustare ancora i sapori del passato, che nel caso di Singapore sono da ricondurre ai sapori del cibo venduto dagli *hawkers* nelle strade. A questo proposito, viene fatta una distinzione tra i *neighbourhood hawker centres* e gli *hawker centres* "d'occasione". I primi sono quelli vicino a casa, comodi da raggiungere a qualsiasi ora del giorno, che salvano le famiglie dal pensiero di dover fare la spesa e cucinare. I secondi sono quelli che si frequentano per occasioni importanti o nei *weekends*, per cenare in compagnia. In questo caso l'abitudine è di andare alla ricerca dei piatti preferiti e dei chioschi che li preparano nel modo migliore, quello, appunto, più vicino alla versione autentica. Tra i singaporiani, l'argomento

cibo è tra i preferiti nelle conversazioni, e l'entusiasmo provato dalle persone ogni volta che condividevo la mia ricerca, le portava immediatamente a consigliarmi dove andare per mangiare la versione migliore di questo o quel piatto. Mi è sembrato chiaro fin dal principio che ogni singaporiano ha la sua indiscussa opinione su quali siano i migliori chioschi dell'isola, e poterlo condividere con gli altri è una vera e propria passione. La cultura del mangiare di Singapore è la cultura del mangiar fuori. Le statistiche lo provano. Il 93.8 per cento di persone, nei sondaggi virtuali della NEA, afferma infatti di recarsi abitualmente negli *hawker centres* a mangiare, o a comprare il cibo da consumare a casa, dalle due alle quattro volte la settimana (Kong, 2007:104). Oltre le statistiche, ci sono le parole usate nel vocabolario comune quotidiano a rappresentare il ruolo fondamentale del cibo per i singaporiani. Ad esempio, la domanda “hai mangiato?” viene ripetuta spesso all'inizio di una conversazione, quando si incontra qualcuno, quasi a diventare una forma di saluto. La frase assume forme diverse nelle diverse lingue parlate nel paese, diventando «Hey, jiak pah buay?» in dialetto *hokkien*, «Sudah makan?» in malese, «chī fàn le ma?! 吃饭了吗» in mandarino e «Eat already?» in *singlish*. E ancora, la parola *makan*, termine malese colloquiale con il significato di “mangiare”, ha più di un significato usato in diverse situazioni: può esprimere il sapore e la presentazione del cibo, la qualità del servizio e la spontaneità e informalità dello stile *hawker*, la sua convenienza e disponibilità e, molto importante, l'accessibilità per tutti. I singaporiani si recano negli *hawker centres* vicino casa indossando

flip-flops, pantaloncini corti e maglietta, o escono dall'ufficio per una pausa veloce che soddisfi lo stomaco, le famiglie e gli amici amano condividere seduti attorno ai tavoli, ordinando una grande varietà di piatti, mischiando dolce, salato, piccante, caldo e freddo in un unico pasto, senza dover necessariamente svuotare il portafoglio. Inoltre, è abitudine singaporiana viaggiare per quarantacinque minuti o aspettare in coda nel chiosco preferito per più di un'ora, al fine di gustare un piatto di *quel* particolare *char kway teow*⁵⁵, o di *quel* preciso *roti prata*. «Singapore has a national pasttime called “eating”» (Kong, 2007:101) e mangiare nei chioschi *hawker* fa parte della *everyday life* per la maggior parte dei singaporiani. Tuttavia, gli *hawker centres* sono molto più che luoghi dove mangiare. Abbiamo visto come essi siano parte della storia e dell'eredità del paese, rappresentando, nelle trasformazioni subite, il cuore dei cambiamenti demografici e dello stile di vita di quest'isolazione. Da quando per le strade si sentivano i rumori dei *tok-tok* dei venditori di *noodles* o del battito dei mestoli sulle pentole che annunciavano l'arrivo del *laksa-man*⁵⁶, la mobilità è sparita, ma il dinamismo creativo dell'*hawking*⁵⁷ è lontano dall'essere eliminato. Il nuovo

⁵⁵ Piatto a base di *flat noodles* di riso (noodles appiattiti, simili alle nostre tagliatelle), chiamati appunto *kway teow*, saltati in padella a fuoco altissimo con salsa di soia, peperoncino, gamberi, ostriche sgusciate, germogli di soia, uova, pezzetti di salsiccia, polpette di pesce. Il tutto cotto in olio ricavato dal grasso di maiale fatto cuocere a lungo fino a sciogliersi, servito su una foglia di banano, per esaltarne l'aroma.

⁵⁶ Colui che prepara e vende *laksa*, una zuppa piccante e speziata a base di latte di cocco e curry, *noodles*, pesce, germogli e moltissime altre varianti tra Malesia, Indonesia e Singapore.

⁵⁷ Con il verbo *hawking* intendo le azioni svolte dagli *hawkers*: preparare gli ingredienti, cucinare, servire i clienti, in altre parole il mestiere dell'*hawker*.

spazio d'incontro creato negli *hawker centres* è diventato centrale nella vita delle comunità, come centrale era la presenza di chioschi nelle strade:

People from different social and racial backgrounds gather at hawker centres for breakfast in the mornings and sit around in the evenings for drinks and general chats. The atmosphere in hawker centres is informal and relaxed. It goes beyond a matter of convenience. Hawker centres have become informal gathering places for people to meet, mingle and interact. Over time, they have become special elements in our society, part of how we live, something unique in Singapore. Hawker centres will of course change, but I hope that this characteristic will remain.

(Simon Tay, presidente della National Environment Agency in Kong, 2007: 91)

L'autenticità unica ritrovata negli *hawker centres* è ribadita anche dal nome stesso di questi luoghi, il quale, nonostante il significato ambiguo, è stato mantenuto proprio per sottolinearne la peculiarità e allo stesso tempo per trasmetterne la storia. I singaporiani danno per scontato questo nome, entrato nel linguaggio comune per indicare la nuova disposizione dei chioschi a partire dagli anni '70 del Novecento, ma per coloro, come la sottoscritta all'inizio della ricerca, che non sono familiari con Singapore, la traduzione del termine diventa problematica. Un *hawker centre* si riferisce a un insieme di chioschi che vendono diversi tipi di piatti a poco prezzo, maggiormente (ma non solo) ricette locali, ma anche *desserts* e *drinks*. I chioschi, chiamati *stalls*, sono posizionati in una struttura coperta, senza aria condizionata, in un complesso aperto con al centro un'area comune per sedersi. Nonostante l'atmosfera calda e rumorosa, parte integrante dell'esperienza in questi luoghi, la

convenienza e la qualità dell'*hawker food* continua ad attirare le folle. Diversamente dagli *hawkers* itineranti del passato, i chioschi oggi hanno servizi e strutture più moderne, incluso l'accesso all'acqua potabile, forniture elettriche, reti fognarie, sistemi di drenaggio, bagni, illuminazione e raccolta dei rifiuti. Il nome "hawker centres" è così familiare alle persone che l'ironia sottintesa in esso non è sempre apparente. Un *hawker*, nel suo significato inglese originario, è una persona che si muove vendendo merce. Tuttavia, gli *hawkers* odierni di Singapore hanno chioschi permanenti e fissi. Huay Koon Tan, il funzionario della National Environment Agency, raccontò, in un'intervista non registrata, di una visita di una delegazione di funzionari del governo di Hong Kong, città che sta affrontando negli ultimi anni il problema dei venditori ambulanti di cibo nelle strade, difficilmente controllabile a causa dell'alto numero. I funzionari volevano sapere come Singapore avesse risolto in passato il problema, essendo riconosciuta in Asia come esempio di successo nel mantenere il cibo tipico eliminandone i rischi e le problematiche della presenza massiva nelle strade. Nel momento in cui fu pronunciato il nome *hawker centres*, racconta Huay Koon Tan, emersero le facce stupite di chi era abituato a collegare il termine con l'accezione negativa di commercio non controllato e controllabile. Mi è stato, così, spiegato che Singapore ha deciso di mantenere questo nome proprio perché il lavoro di *hawker* è rispettato nel paese e può diventare anche *successful*. Un esempio è quello di una catena di chioschi molto diffusa e popolare nel territorio chiamata *Ya Kun Kaya Toast*, iniziata da un unico *stall* di qualità in un

food centre. Infine, affiancare la parola *hawker* al termine *centre*, ossia uno spazio fisso, racconta, di fatto, la trasformazione concreta avvenuta storicamente nel caso singaporiano.

3.2 *Le ricette*

Dopo aver discusso l'autenticità nell'esperienza del luogo degli *hawker centres* è necessario soffermarsi sull'autenticità definita e ricercata nei piatti. Tra gli argomenti preferiti, il cibo a Singapore è, non solo concretamente, sulla bocca di tutti, e ascoltando come le persone ne parlano pare siano molto esperte e decise riguardo quali chioschi valga la pena visitare nell'isola, la quale, dal loro punto di vista, offre il miglior cibo al mondo, poiché vario, conveniente e gustosissimo. Tutte le conversazioni avute con le persone, sia quelle riguardo la mia ricerca, sia quelle su altri temi, arrivavano sempre al punto in cui mi si chiedeva, con un'espressione di attesa di una risposta positiva, se mi piacesse il cibo singaporiano, o se fossi stata negli *hawker centres*, e che avrei dovuto provare questo o quel chiosco o questo o quel piatto perché «there, is the real flavour of Singapore's food, the best you can find in town!» (conversazione annotata in data 15/11/2015).

Nel capitolo precedente si è chiarito quali sono i due fondamentali criteri che per i singaporiani rendono un piatto autentico: da un lato l'esperienza completa del mangiare in un *hawker centre*, dall'altro le ricette che ricordano i sapori dell'infanzia che, nel caso singaporiano, sono quelle preparate come facevano in passato gli *hawkers* itineranti nelle strade. Esiste tuttavia la consapevolezza, non senza un certo rammarico, che alcune ricette

siano sparite nel momento in cui sono spariti gli *hawkers* dalla strada, poiché andati persi quei materiali, quei metodi di cottura e quelle abilità che erano specifiche della situazione e della struttura dei chioschi da trasportare. Oggi le ricette autentiche esistono, ma per ognuno sono autentiche in modo differente. Per alcuni è autentico il piatto di *prawn mee* mangiato nell'*hawker centre* vicino casa, perché il fatto di averlo vicino ha creato un'abitudine personale che tocca la sfera emotiva di legame con il luogo, influenzando anche la percezione della qualità del piatto. Per altri sono autentici i piatti preparati usando le griglie a carbone invece del forno elettrico, poiché il sapore affumicato del fuoco dà un tono particolare al piatto, che ricorda gli odori di una volta. Altri ancora, entrando in confidenza e amicizia con gli *hawkers*, e conoscendone i metodi di preparazione e gli ingredienti usati, sono mossi dal sentimento di fiducia che li fa supportare il buon lavoro del venditore. Insieme alla consapevolezza che alcuni piatti siano andati persi è presente anche l'idea che ogni ricetta sia, chiaramente, il risultato di diversi fattori. Ciò significa che se la ricetta originaria, quella considerata autentica è una, in ciascun chiosco ne sono possibili variazioni uniche, offrendo una vasta gamma di possibilità e peculiarità.

Parlando di questi e altri argomenti con alcuni clienti del Dunman food centre sono emerse considerazioni interessanti, che mi hanno permesso di constatare come ogni persona, a Singapore, guardi al cibo in un modo molto interiorizzato, parlandone non come di qualcosa di scontato, obbligatorio per vivere, ma come un elemento di fierezza nazionale e nei confronti degli *hawkers*, ancora oggi figure centrali, che diventano parte della vita familiare,

creando un senso di collettività che lega le case private nei diffusi *housing estates*, agli *hawker centres* del proprio quartiere. Due delle tre conversazioni spontanee che riporto, avvenute in giorni diversi di campo, sono con clienti abituarini del Dunman food centre, visti più volte e con i quali ho avuto modo di conversare in momenti di attesa tra un ordine e l'altro. Una caratteristica del mio campo è stata proprio questa: una grande quantità di conversazioni spontanee, in momenti per lo più inaspettati, e quindi non programmate. Il ritmo delle giornate all'interno del Dunman food centre, i rumori costanti e la velocità con cui molte persone vi si recavano per acquistare il proprio cibo hanno impedito, ad eccezione di alcuni casi, di registrare queste conversazioni con il registratore. Per questo motivo, consapevole della difficoltà concreta, ho riflettuto sulle conseguenze di fermare le conversazioni sul nascere, per chiedere la possibilità di registrare e porre il registratore tra me e l'interlocutore, arrivando alla conclusione di preferire lasciare fluire la naturalità con cui avvenivano gli incontri. Riporto le parole di questa riflessione:

«Devo, tuttavia, dire che il mio campo è stato anche questo: conversazioni non programmate con moltissime persone, clienti, lavoratori, cleaners ecc...che, nonostante l'impossibilità di registrarle, fanno parte della mia raccolta dati, e per questo ho sempre cercato di descriverle nel dettaglio appena concluse. Ho avuto anche modo di riflettere e decidere che le conversazioni con i clienti non le registrerò. I giorni scorsi avevo pensato di andare tra i clienti con il registratore, facendo domande veloci e registrandone le altrettanto veloci risposte, ma dopo oggi ho deciso che non è una modalità che mi piace. Sarebbe quasi un metodo giornalistico, oltre al fatto che le registrazioni non sarebbero buone. Preferisco continuare a fare quello che ho fatto in questi mesi: lunghe chiacchierate interessanti, ma soprattutto spontanee, in cui posso seguire il flusso della conversazione e stabilire un rapporto con il mio interlocutore, ricevendo talvolta il

contatto alla fine della chiacchierata, per eventuali ulteriori incontri e, a quel punto sì, un'intervista strutturata»⁵⁸

Con due clienti in particolare, Cathrine e Eric, questo è stato il caso. Ho cominciato a parlare con loro mentre erano in coda per il proprio piatto (Cathrine) o sedute a mangiare (Eric), abbiamo parlato a lungo e alla fine mi sono fatta lasciare un contatto per incontrarci una seconda volta. E così è stato, permettendomi di avere due interviste strutturate con due clienti, da unire nel lavoro di selezione delle informazioni alle altre decine di conversazioni spontanee avute nel corso di tutto il campo.

Cathrine, una cliente abituale del Dunman food centre, era una signora sulla sessantina, residente a Joo Chiat, proprio in Kong Seng Road, la via delle famose *shophouses* colorate. Ci siamo incontrate un giorno in cui mi trovavo seduta al tavolo davanti allo *stall* numero 14, il *Lau Hong Ser Rojak* di Lim Khan, il quale, insieme a sua figlia, prepara quello che è definito tra i migliori *rojak*⁵⁹ dell'isola, con tanto di riconoscimenti e premi. In quei

⁵⁸ Annotazione nel diario di campo in data 14 febbraio 2016.

⁵⁹ Il *rojak* è un piatto originariamente malese che si ritrova anche in Indonesia e a Singapore. Oltre a far riferimento a questo piatto, il termine *rojak* significa anche "miscela" o "eclettico mix" in malese colloquiale, e viene usato spesso come esempio della multiculturalità singaporiana, quale mix di elementi differenti che creano un piatto di successo. Esistono diverse varianti della ricetta, tuttavia, la variante più diffusa è composta da frutta (ananas) e verdure (cetriolo, sedano rapa, radici) tagliate sottili e servite con un condimento piccante a base di zucchero di palma, sale, spezie, zenzero, lime, pepe, arachidi tostate. Il gusto è un trionfo di sapori come il sapido e il piccante, uniti al dolce e al fresco del cetriolo e dell'ananas. In Malesia e Singapore nella variante della ricetta si sente l'influenza cinese, con l'aggiunta di tofu fritto e frittelle di pastella dolci. E' di solito un piatto vegetariano che non contiene alcun prodotto di origine animale, ad eccezione della salsa che potrebbe contenere pasta di gamberetti. Tuttavia, alcune ricette possono contenere pesce o di carne, ad esempio sotong (malese per definire le seppie disidratate cotte alla griglia).

giorni stavo seguendo le giornate lavorative di questo chiosco e mi sono imbattuta in diversi dei clienti che, una volta ordinato, aspettavano pazientemente il tempo che serviva alla preparazione del piatto, solitamente un tempo piuttosto lungo, dato il successo e la quantità di clienti del posto. In questa circostanza ho conosciuto Cathrine:

Tra i clienti di Lim Khan, una signora si avvicina al mio tavolo, dove stavo prendendo degli appunti, e inizia a parlarmi, chiedendomi da dove venivo. Ha un tono di voce molto basso e inizialmente faccio fatica a sentirla, immersa nei rumori del mercato. Mentre parliamo si avvicina un'altra signora, anche lei in attesa del *rojak*. Entrambe si lamentano che il "*rojak-man*" è lento, tuttavia sono entrambe d'accordo che valga la pena aspettare perché «this is the best rojak in town!». Mi dicono che il motivo per cui è così lento nella preparazione è che è un tipo preciso, vuole che tutto sia perfetto, è molto attento ai dettagli, alla qualità, alla pulizia. Gli dico che non ho ancora assaggiato quel *rojak* e loro m'invitano caldamente a provarlo. Chiedo a Cathrine se viene spesso e mi dice che abitando vicino (Kong Seng Road) viene abbastanza spesso, quando non ha voglia di cucinare, e che gli *stall-holders* (i proprietari dei chioschi) sono ormai amici, si conoscono a vicenda.⁶⁰

Un secondo cliente, nello stesso giorno, mi si è avvicinato incuriosito dalla mia attenzione nell'osservare dall'esterno del chiosco la preparazione del *rojak*:

Un signore in attesa del suo *rojak* nel chiosco di Lim Khan, vedendomi scrivere e osservare, mi rivolge la parola chiedendomi se stessi facendo un sondaggio. Dopo avergli spiegato della ricerca, parliamo del chiosco dove aveva appena ordinato il suo piatto. Mi dice che l'attesa media per una porzione è di 45 minuti, ma che questo è un segno della bontà del piatto, per il quale le persone sono disposte ad attendere così a lungo in coda, perché «it's one of the best in town!». Parliamo a lungo, mi chiede cosa studio e si stupisce che io sia venuta fino a Singapore a studiare dei luoghi che per lui sono talmente consueti e familiari. Parliamo del Sud-est asiatico, gli racconto di essere stata in Indonesia, che lo "*street food*" è diverso

⁶⁰ Annotazione nel diario di campo in data 4 gennaio 2016.

rispetto a Singapore e gli chiedo la sua opinione riguardo la scena del suo paese e gli *hawker centres*: «very good! More clean, more hygiene, more safety, trust, no confusion on the street». Gli chiedo se le ricette siano cambiate nel passaggio dalla strada ai mercati: «this depends on the people, on the way how they cook. Singapore's cuisine is about one recipe but many variations depending on the ingredients, the method of preparation, the skills of the cooker and individual choices and taste. For instance the *wanton mee* usually have to be done with pork oil from pork fat, but many use vegetable oil, not good!

Parlando delle ricette preferite dai singaporiani, dice «singaporeans they don't have a favourite hawker centre, they have their favourite stalls in different hawker centres. They would go to specific hawker centres on occasions or weekends, but they choose closer hawker centres to get everyday, or take away, after or before work meals. Lui, per esempio, ha il suo chiosco di *prawn mee* preferito vicino a casa, e ci va ogni sabato mattina per colazione con la moglie: «the soup is the key, not the noodles, for prawn mee!», afferma con atteggiamento esperto. Dopo un veloce confronto tra il cibo in Asia rispetto a quello in Europa, definito da lui «flavourless and expensive» rispetto al cibo «cheap, fast and good» dell'Asia, prima di salutarmi mi consiglia di visitare una *food court* e un *hawker centre* in particolare, secondo lui i posti dove si trova il cibo migliore.⁶¹

Un altro interessante incontro è avvenuto con un signore di nome Eric, un cliente che un giorno si è seduto davanti a me a mangiare un piatto di *prawn mee*⁶² preparato e servitogli al tavolo da Eng, l'*hawker* dello *stall* numero 12. Stranamente, non mi rivolge la parola per tutto il tempo in cui mangia la sua ciotola di zuppa fumante, ma una volta finito e appoggiate le bacchette inizia a parlarmi, commentando il libro sul quartiere di Joo Chiat che stavo sfogliando:

⁶¹ Conversazione annotata nel diario di campo in data 4 gennaio 2016.

⁶² Si tratta di una zuppa a base di *noodles*, pezzi di carne di maiale, polpette di pesce, code di gamberi, germogli di soia e cipollotto immersi in un brodo a base di teste gamberi, gamberetti disidratati, pepe bianco, aglio e spezie miste. Esiste sia la versione immersa nella zuppa, sia la versione *dry*, asciutta, con il brodo a parte. I condimenti da aggiungere alla fine sono a scelta del consumatore e comprendono aceto, salsa di soia, peperoncino fresco o secco e succo di lime.

Eric è singaporiano ma vive da più di quarant'anni nelle campagne vicino Londra. E' tornato per il periodo del Capodanno cinese. Parla tantissimo e scopro presto la sua grande passione per il cibo e per la cucina. Mi rendo conto di non riuscire a fermare il flusso di racconti che condivide, mi elenca ricette che si possono facilmente preparare per sfamare una famiglia intera per cena, veloci, semplici ma molto saporite, come da lui definite.⁶³

Quel giorno avevo in programma di intervistare l'*hawker* Eng, per questo mi trovavo seduta davanti al suo *stall*. Tuttavia, come spesso mi è capitato nel corso del periodo vissuto al Dunman food centre, la ricerca ha in molti casi dovuto adattarsi a eventi o incontri inaspettati, come in questo caso, o alle decisioni degli *hawkers*, i quali ovviamente erano più concentrati sul lavoro quotidiano e il servizio ai clienti prima di interessarsi alla mia presenza. Quel giorno la conversazione con il cliente Eric è durata molto più del previsto, e ho deciso di rimandare l'intervista con Eng ai giorni successivi. Tra le molte cose che mi racconta Eric, la sua infanzia vissuta nel quartiere di Joo Chiat:

La sua casa si trovava in Duku Road, la strada dove si trova il *cooffeshop* malese che frequento spesso. Si ricorda quando gli *hawkers* si muovevano lungo le strade, e passavano davanti a casa sua con lo *stall* mobile, spesso facendo dei suoni per attirare l'attenzione. Mi dice che era così comodo: «you don't need to move from home to find your favourite food, at that time you have it at your doorstep at least once a day, when the hawker walk in front». Spesso, aggiunge, gli capitava di lasciare una ciotola fuori dal cancello di casa, con i soldi sistemati accanto, l'*hawker* passava, riempiva la ciotola e prendeva i soldi. E ancora, per il suo compleanno era solito ordinare qualche giorno prima all'*hawker* che preparava

⁶³ Annotazione dal diario di campo in data 14 febbraio 2016.

*satay*⁶⁴, e lui veniva a casa sua e si stabiliva momentaneamente con la griglia per preparare e cucinare per venti/trenta persone.⁶⁵

La conversazione con Eric mi ha, inoltre, permesso di confermare un'informazione già datami da Rozanna, Steven e altri, e cioè che prima del Dunman food centre, Dunman Road era piena di *hawkers* nelle strade, dal semaforo fino alla fermata degli autobus 16 e 33, circa seicento metri. Un dato ricavato da una persona mi è stato verificato parlando con altre, in una sorta di triangolazione, intesa come metodologia di ricerca nelle scienze sociali, in cui l'incrocio dei risultati ottenuti da tre angolazioni diverse, ad esempio tre conversazioni con persone diverse, conferma che il dato è valido. Infine, essendo un "singaporiano *overseas*", Eric ha vissuto maggiormente quella tanto citata crisi identitaria che lo disorienta ogni volta che, a distanza di tempo, torna in patria, non riconoscendo più gli edifici della sua infanzia: «Singapore keeps changing every year!».

Oltre alle persone del luogo, l'autenticità che si ritrova nel frequentare gli *hawker centres* è considerata fondamentale come tappa per chiunque visiti Singapore. L'esperienza è particolarmente pubblicizzata dal governo, attraverso la *Singapore Tourism Board*, quale uno

⁶⁴ Con il nome di *satay* si indica una pietanza diffusa in Indonesia, Malesia e Singapore. Ne esistono decine di varietà e versioni, a seconda della zona, e si differenziano sia per il tipo di carne utilizzata, sia per la salsa che l'accompagna. Si tratta di piccoli pezzi di pollo, manzo o altre carni brasate e infilzati in spiedini, solitamente accompagnati da cetrioli, riso, cipolle crude e da una delle varietà della famosa salsa *satay*. La ricetta più diffusa della salsa, elemento principale della ricetta, contiene solitamente arachidi tostate, latte di cocco, salsa di soia, tamarindo, galangal, aglio e spezie quali il coriandolo e il cumino. Altri ingredienti possibili sono peperoncino, zucchero, cipolle fritte e succo di limone, il tutto pestato in grandi mortai di legno. La consistenza della salsa dipende dalla quantità di acqua che viene aggiunta nel mortaio e da quanto gli ingredienti vengono pestati, alcune saranno più liquide, altre più dense o più croccanti.

⁶⁵ Si veda nota 63.

dei modi per entrare a contatto con la vita quotidiana e la cultura del territorio. Un libro di successo sulla storia di questi luoghi, pubblicato dalla National Environment Agency e scritto da Lily Kong, docente del dipartimento di Geografia della National University di Singapore, inizia con una lunga nota celebrativa:

These everyday places have become Singapore icons etched into the cityscape. Hawker centres pulsate with a life and rhythm unique to the island [...] Hawker centres are convenient places serving up affordable food for executives with demanding schedules and families with busy routines; community places where neighbours meet; and casual places where all social types gather- CEO and officer cleaner, grandpa and junior, Chinese, Malay, Indian and others. Hawker centres are a microcosmo of Singapore Society.

(Kong, 2007:19)

La letteratura di stampo turistico tende a fare eco a quest'immagine di unione e armonia nella diversità che caratterizza l'atmosfera dei *food centres*, quasi a incitarne la possibilità, facilitata dall'interazione informale che avviene seduti ai tavoli e gustando ricette che creano legami di tipo culturale, marcando questi luoghi come un punto di intersezione tra le diverse comunità etniche singaporiane.

This being tidy Singapore, street vendors have been confined to government-regulated "hawker centres". Locals and visitors alike can advantage of these concentrated spots, where seemingly hundreds of stalls, and booths prepare a staggering variety of food, all under stringent health inspection. Here among the din of changing trays, the shouted orders, the tropical heat, and the smells of fermented fish paste, ginger, and curry is a gastronomic and cultural experience that can be had only in Singapore. Malaysian, Indonesian, Indian, and Chinese cuisines are blended and reblended into Pacific Rim fusion at its most glorious. Even Hong Kong runs a distant second. Every Singaporean has his or her own

favourite hawker centre, though they're often located out of town in large housing developments.

(Schulz, 2003: 496)

L'ambito del mangiare, del condividere un pasto, del condividere uno degli ultimi spazi e gesti autentici singaporiani, diviene ambito di costruzione di un senso di comunità nazionale, di unione. Il cibo diventa uno strumento per evitare tensioni sociali e creare e mantenere radici solide nell'incertezza e nello spaesamento moderno. Come afferma la studiosa Nicole Tarulevicz: «food as a-political and neutral but still possible to bring politics. [...] Hawker centres are neutral national space» (Tarulevicz, 2013: 150-153). E ancora:

The unifying nature of food, its assumed apolitical nature, is reflected here. [...] The discourse of food crossing social barriers is regularly deployed. As the Guide notes: "Whatever their ethnic origin, income, or political slant might be, most, if not all, Singaporeans would agree on the importance of food." The central message of food as neutral speaks directly to why food is deployed as a nation-building tool".

(Tarulevicz, 2013: 150)

4. Un paesaggio sensoriale nuovo

Un altro criterio che indico come fondamentale per rendere l'esperienza degli *hawker centres* unica e autentica è l'esperienza sensoriale vissuta al loro interno. In questo paragrafo intendo esprimere l'importanza centrale che l'esperienza di campo ha avuto nel risultato

finale di questo progetto, che altro non è che questo scritto. Nonostante la difficoltà provata di mettere per iscritto un'esperienza così intima e nuova, voglio far scaturire la consapevolezza acquisita sull'importanza e l'inevitabilità di vivere un'esperienza di campo immergendosi completamente, lasciandosi toccare, spostare, cambiare, e riguardo la volontà di trasmettere, attraverso le parole, queste pratiche metodologiche spontanee. Facendo ciò, seguo convintamente le tesi di Paul Stoller, riguardo la necessità di scritti etnografici più ricchi di "senso": «In tasteful fieldwork, anthropologists would not only investigate kinship, exchange, and symbolism, but also describe with literary vividness, the smells, tastes, and textures of the land, the people, and the food» (1989: 29). Nel caso di Singapore, la cui essenza quotidiana è ancor più di difficile comprensione a causa degli elementi più volte citati della multiculturalità e della modernità incessante, è importante soffermarsi sugli elementi concreti, quelli che esprimono la vera natura del modo di vivere delle persone locali, prima di azzardarsi a fare considerazioni generali di tipo teorico, includendole tuttavia estesamente nella monografia finale: «this recording of the complexities of the individual's society experience lends texture to the landscape of the fieldworker's notes. [...] In this way ethnographic research creates voice, authority, and an aura of authenticity» (Stoller, 1989: 29). Inoltre, nell'ambito dei sensi, descrivo brevemente la sensazione del ritorno a casa in un ambiente familiare, dopo lo sforzo (mentale e corporeo) di aver reso familiare quello completamente sconosciuto di Singapore.

Nel descrivere le giornate di lavoro all'interno del Dunman food centre, in seguito alle annotazioni giornaliere che la sera scrivevo per esteso nel diario di campo, si formava a poco a poco un'immagine completa della quotidianità del mercato, e parallelamente cominciava a delinearsi la scrittura delle sensazioni che provavo, del paesaggio sensoriale vissuto, e come la percezione di questo cambiasse gradualmente nel corso del tempo a contatto con il luogo. Entrare negli *hawker centres* le prime volte, ma anche l'arrivo a Singapore e le prime settimane vissute sull'isola sono stati momenti particolari. Le novità in ogni aspetto delle mie giornate mi riempivano mentalmente e fisicamente, facendomele sentire tutta la stanchezza alla sera, quando ritornavo con me stessa, nei momenti di riflessione. Una stanchezza che, nel procedere delle settimane, si mescolava all'entusiasmo di cominciare a comprendere e a gestire queste novità. Per prima cosa il caldo afoso e le temperature elevate, intense nelle giornate di sole, ma molto più difficili da sopportare nelle giornate nebbiose, coperte e grigie che hanno caratterizzato l'intero primo mese di campo, ottobre: il periodo dell'*haze*. Un "cielo" di fumo che arrivava dagli incendi di palme da cocco in Indonesia. Respirare senza accorgersi tutto quel fumo causava stanchezza, spossatezza, mal di gola e mal di testa, e in alcune giornate passate a lungo all'esterno ho provato questi tipi di malessere. L'impatto fisico con questa parte di mondo è stato forte. La sensazione di caldo come la conoscevo prima si è modificata, raggiungendo livelli molto superiori, a primo impatto quasi "invivibili". Sudare fin dalle prime ore del giorno, uscendo dalla stanza arieggiata artificialmente, era la regola. Una perdita di liquidi costante, dentro e fuori casa, e al rientro dover mettere a lavare

tutti gli indumenti, perché letteralmente bagnati di sudore. Anche questo aspetto è stato inizialmente causa di un senso di stanchezza costante e di mancanza di energie, e, come modo per mantenermi sempre idratata, ho presto scoperto il metodo usato dai singaporiani: bere tanta acqua e succhi di frutta fresca pieni di ghiaccio, quelli che si trovano in ogni *hawker centre*, negli *stalls* dei *drinks*. Infine, un ultimo elemento caratterizzante il mio percorso di adattamento è stato proprio il cibo. L'uso di spezie e di peperoncino è costante nelle ricette di tutte le cucine che formano la grande varietà della *Singapore cuisine*. In particolare, nelle prime due settimane, volendo assaggiare il più possibile e avendo deciso di non rifiutare nulla, ho vissuto a pieno le conseguenze della diversità di ingredienti al quale il mio corpo ha dovuto abituarsi. Anche questa, un'esperienza corporea caratterizzante!

La riflessione sulla mia soggettività e sul percorso personale fatto nell'adattarmi e nel rendere familiare il luogo è iniziata con una riflessione sull'esperienza di campo quale prima di tutto un'esperienza individuale forte, che mette in discussione, modificando le proprie abitudini e i propri ritmi. Ho trovato un personale metodo di adattamento in azioni semplici, quali rendere familiare in modo graduale i nuovi spazi della mia quotidianità a Singapore: la casa in cui ho vissuto, le persone con cui l'ho condivisa, il "mio" quartiere Joo Chiat, i luoghi dove acquistavo le prime necessità e infine gli *hawker centres* e il Dunman food centre.

Allo stesso modo in cui la prima sera visitai il primo *hawker centre*: l'*Old Airport Road food centre*, anche le successive visite in altri mercati mi rendevano nervosa. La sensazione era di smarrimento e spaesamento, mi sentivo straniera in una dinamicità che percepivo avere

la sua organizzazione ma che, tuttavia, non coglievo ancora. Quello che percepivo maggiormente era la confusione, la quantità di voci, di lingue, alcune riconoscibili altre misteriose, le scritte in un cinese di difficile comprensione, per l'uso dei numerosi dialetti o l'aggiunta di parole malesi. Il costante rumore dell'aria mossa dalle centinaia di ventilatori mi distraeva, e il continuo volare di carte, cartine, fazzoletti e altri oggetti leggeri mossi dal vento m'innervosivano. Non ero in grado di distinguere la moltitudine di rumori del luogo: voci, movimento di pentole, coltelli sui taglieri, frullatori, mestoli nelle *wok*, lo sfregolare del cibo versato nelle pentole calde, la sistemazione dei vassoi e delle stoviglie nei carrelli dei *cleaners*, il lancio delle bacchette nei secchi d'acqua saponata davanti ai chioschi, pronte per essere lavate e riutilizzate, le zampe e il canto degli uccelli appoggiati sui tetti, in attesa di tavoli liberi dove rubare qualche avanzo, le urla degli *hawkers* che annunciavano i piatti pronti e i campanelli usati per lo stesso scopo... Una serie infinita di stimoli, tutti uniti a creare quella sinestesia di sensi inevitabile di cui parlava Merleau-Ponty:

La percezione sinestetica è la regola [...] e se non ce ne accorgiamo è perché il sapere scientifico rimuove l'esperienza, perché abbiamo disimparato a vedere, a udire e, in generale, a sentire, per dedurre invece dalla nostra organizzazione corporea e dal mondo, quale li concepisce il fisico, ciò che dobbiamo vedere, udire e sentire. [...] I sensi comunicano tra essi, aprendosi alla struttura della cosa. [...] Siamo tutti inconsciamente sinestetici.

(Merleau-Ponty, 1945:308).

Un accostamento di elementi appartenenti a piani sensoriali diversi, in un unico ambiente in costante movimento. Al suo interno mi sentivo goffa, osservata, straniera. Quando ho iniziato a frequentare il Dunman food centre, una volta scelto come campo di lavoro, per entrarvi si dovevano salire delle scale (o scenderle per recarsi al piano inferiore). Quel particolare elemento fisico ha rappresentato per molto tempo il passaggio d'immersione nell'atmosfera del mercato. Nei passi di quegli scalini mi preparavo mentalmente ad assaporare ogni aspetto con attenzione. All'inizio entravo consapevolmente insicura, ma cercavo di non farlo trasparire, convinta che col tempo si sarebbe attenuata. Una volta dentro, facevo fatica a soffermarmi su elementi singoli, poiché i diversi livelli sensoriali entravano in gioco all'unisono. Di sinestesia dei sensi discutono anche David Howes e Constance Classen, nei loro scritti d'avanguardia sull'importanza del mondo sensoriale in antropologia, i quali hanno rappresentato un punto chiave nelle mie riflessioni post campo. I due ricercatori della scuola canadese affermano: «synaesthesia, the 'union of the sense'. From the standard neurological perspective, synaesthesia is a physiological condition in which certain perceptions trigger unrelated sensations, for example, a musical note may elicit a mental sensation of colour» (2014: 153). Nell'ascoltare rumori nuovi, odori misteriosi e, in seguito, sapori inconsueti, non ero in grado di comprenderne l'origine, perciò, mi rendevo conto di immaginare da dove potessero provenire. Ad esempio l'odore di alcuni piatti mi ricordava il tofu fritto puzzolente cucinato in Cina, per poi scoprire che si trattava invece di tutt'altro. La tendenza, quando ci si avvicina a questo tipo di novità, è di cercare di avvicinarle agli ambiti conosciuti, per essere

in grado di decodificare, invece di cadere nell'incertezza che crea spaesamento. «Synaesthesia [...] it is socially elaborated. [...] Synaesthesia as cultural practice [...] It begins with the social body, rather than with the individual body or brain [...] it could be called 'cultural synaesthesia'» (Howes, Classen, 2014: 153, 156). Trattandosi di aspetti corporei legati a elementi mentali quali il ricordo e la memoria, a loro volta legati alla sfera culturale e sociale, le percezioni sinestetiche devono essere studiate non solo nel campo psicologico e neurologico ma anche in quello sociale e antropologico:

We intend to show that synaesthesia is too multifaceted and too culturally important to be left solely to neuroscientists to define. We also hope, on the one hand, to encourage neuroscientists interested in sensory integration to take more account of cultural factors, and, on the other, to stimulate historians, anthropologists and other scholars to look beyond, beside, and behind neurological models to explore the ways in which the senses- and the sensory models- are shaped by culture.

(Howes, Classen, 2014: 153)

Ancora una volta, esplorando l'innovativo ambito dei sensi, il legame tra natura e cultura è ribadito, con la convinzione che ciò che percepiamo, nella moltitudine continua di sensazioni causate dal vivere in un ambiente, sia culturalmente costruito, ossia legato a ciò che conosciamo, in un'operazione continua di accostamento o eliminazione:

The constitution of society is seen as shaping the constitution of mind and body, and hence, of synaesthesia [...] there is no strict division between the biological and the cultural in experiences of this multifaceted phenomenon. Even the idiosyncratic synaesthesia of the individual, as we shall see, can show the influence of the social and material environment in its formation.

(Howes, Classen, 2014: 156-157)

Inizialmente, ogni elemento del luogo attirava la mia attenzione e osservare, sentire, annusare, assaggiare, toccare erano tra le mie azioni quotidiane. Fin dai primi istanti, il verde chiaro pastello, colore predominante in tutto il mercato, mi trasmetteva tranquillità. Oltre alle pareti esterne e al tetto, anche i tavoli e le sedie erano verdi, e richiamavano il verde delle piante sistemate nel lato destro dell'entrata. Le lampade dalla forma circolare, appese sul soffitto, creavano una buona illuminazione. L'aria dei ventilatori, a ogni angolo del soffitto e nelle colonne che sorreggevano l'intera struttura, muovevano l'afa nel caldo terribile, e dava sollievo momentaneo. Tuttavia, mangiare con il ventilatore puntato addosso era poco raccomandabile e sedersi in un punto dove arrivava un po' di movimento d'aria era sufficiente. Il sistema anti-volatili, con i classici spilli sui tetti, non aveva grande successo, e ogni tanto si sentiva il canto degli uccelli appollaiati negli angoli. Nelle ore più affollate, soprattutto all'ora di pranzo e cena, i movimenti degli *hawkers* all'interno dei chioschi e dei clienti tra i tavoli creava quella che inizialmente vivevo come una gran confusione, poi diventata la mia musica quotidiana. I coltelli sui taglieri che affettavano i cibi, l'aria del

sistema delle cappe di areazione sopra i fornelli, gli inconfondibili mestoli nelle *wok*, lo sfrigolare del cibo a contatto con l'olio caldo delle pentole, l'insieme di voci. Restando seduta ai tavoli molte ore al giorno, nelle semplici sedie tonde in plastica fisse al pavimento, mi si stancavano le gambe e la schiena, inoltre, anche stando ferma, non ricordo un giorno passato senza percepire le gocce di sudore nella schiena, soprattutto dopo aver mangiato. Gli odori si mescolavano, e la maggior parte mi erano poco riconoscibili. Ricordo i vassoi che mi passavano accanto, portati dai clienti o dagli *hawkers* stessi che facevano servizio al tavolo. Nell'area fumatori del mercato, un lato di soli cinque tavoli, l'odore di sigaretta si mischiava all'odore dei cibi.

Nelle ultime settimane, dopo essere stata esposta a tutti questi elementi quotidianamente, ho percepito l'abissale differenza rispetto a come mi sono sentita le prime volte, entrando nel mercato. Il passaggio delle scale, che segnava la vera e propria entrata in campo, non era più caricato di quell'ansia da prestazione che sentivo all'inizio, ma era diventato un automatismo che, anzi, mi preparava a ricevere e a donare i saluti d'inizio giornata. Arrivata verso la fine del mio periodo di ricerca, qualche settimana prima della partenza, mi rendevo conto di come il Dunman food centre, ma anche il quartiere di Joo Chiat e gli altri luoghi che facevano parte della mia quotidianità a Singapore, mi fossero diventati familiari, conosciuti. Al mercato mi sentivo "a casa", una sensazione diametralmente opposta a quella iniziale. La confusione delle prime esperienze era diventata la normale atmosfera in cui ogni giorno (mi) aspettavo di immergermi. I rumori erano riconoscibili e, in quanto tali,

ottenevano meno la mia attenzione, come succede con i rumori delle case in cui viviamo, ai quali non facciamo più caso. Recarmi sul posto era diventata una certezza: sapevo (salvo eccezioni) chi avrei trovato in determinate ore del giorno e nei diversi giorni della settimana, quali chioschi avrei trovato aperti e quali chiusi, quali pieni di clienti e quelli per lo più vuoti, chi mi avrebbe salutato e chi avrei dovuto io, per prima, salutare per entrarci in contatto, chi avrebbe apprezzato la mia presenza e chi meno, quali piatti avrei voluto mangiare e come ordinarli, e perfino di chi sarebbero state le *flip-flops* che avrei continuamente sentito sciabattare per tutto il mercato. Tutto ciò era da me vissuto con una grande serenità, la stessa serenità di chi ha imparato a muoversi, a orientarsi in una città prima sconosciuta. Ovviamente lo stesso discorso vale per l'intero paese, Singapore, questa piccola isola che si può visitare tutta in un paio d'ore, la mia casa per questo periodo. Il clima, che inizialmente ritenevo insopportabile, sbalordita dal livello di caldo e umidità di cui mai prima avevo fatto esperienza, mi sembrava meno terribile, sempre caldo ma affrontabile, soprattutto nelle limpide giornate azzurre dall'aria pulita. Ho, al contrario, sviluppato un'avversione totale nei confronti dell'uso eccessivo dell'aria condizionata in quasi tutti gli spazi pubblici della città (gli *hawker centres* e i *coffeeshop* sono tra i pochissimi rimasti senza). Un fastidio tale, al punto da tirare un sospiro di sollievo quando, ad esempio, uscivo da un negozio o dall'autobus, o riemergevo dalla metropolitana, e il mio corpo si acclimatava meglio rispetto al freddo plastico artificiale. Uno dei momenti preferiti era quando sedevo al *coffeeshop* accanto al Dunman food centre, in un tavolo esterno dove soffiava spesso un po' di brezza

data dal tunnel che creavano le colonne della struttura, bevendo un *kopi-o* mentre sistemavo alcuni appunti appena presi o preparandomi ad andare al mercato. Nel gustare i piatti dai nomi ormai conosciuti ne distinguevo i sapori, gli ingredienti, e ne apprezzavo gli accostamenti più insoliti, come la piccantezza mista alla dolcezza del *rojak*, il cui sapore m'inebriava ogni volta, lasciando la bocca piena di diversi livelli di gusto. Nel cibo di Singapore, come anche in tutto il Sud-est asiatico, vi sono molte più gradazioni gustative rispetto a quelle cui ero abituata. E' risaputo l'uso di spezie, dello zenzero e del piccante, che esaltano le ricette rendendole variegata. Grazie a questa esperienza la mia bocca (e la mia pancia) si sono abituate a essere soddisfatte solo dopo che tutti i miei sensi erano coinvolti in un assaggio che li richiamava tutti. L'odore delle arachidi tostate, la sensazione piccante sulla lingua dopo aver deglutito, la freschezza dell'ananas e del cetriolo misti alla morbidezza del tofu fritto impregnato di salsa alla *fish paste*, un concentrato di gamberetti disidratati uniti a olio e salse e pestati nel mortaio per renderli una pasta densa, che dava salinità a tutto il piatto, contrastato dalla presenza dello zucchero di palma, quello puro, marrone ambrato e dalla consistenza liquida. Al mio ritorno in Italia, la mia bocca e i miei sensi, ormai abituati a essere sempre stupiti con sapori sempre nuovi, forti e mescolati insieme a contrasto, hanno impiegato del tempo per riabituarsi e apprezzare nuovamente i piatti "di casa". Nel primo mese dal mio ritorno da Singapore facevo fatica ad apprezzare quello che mangiavo, tutto mi sembrava piatto, insapore, noioso e poco colorato. L'entusiasmo del mangiare come coinvolgimento di tutta la sfera sensoriale, di cui avevo fatto piena esperienza, andava nuovamente ritrovato,

sottoponendo il mio palato a una seconda opera di *training*. Non solo il cibo ma anche il clima veniva da me percepito in modo completamente nuovo. Il caldo non era più caldo e il freddo era il più terribile che avessi mai provato. Tornata a metà marzo, quando tutti ormai si preparavano alla primavera, io indossavo il piumino e battevo i denti, facendo fatica a stare ferma all'aperto. Da un giorno all'altro il mio corpo aveva subito uno sbalzo di temperatura di venti gradi, dai trenta costanti di Singapore ai dieci della fine del freddo inverno padano. Arrivata l'estate, per le altre persone particolarmente umida e afosa, la mia sopportazione era maggiore, e ritenevo impensabile che anche noi in Italia, con un clima così "mite", usassimo l'aria condizionata, nella mia visione ancor'oggi un'inutile esagerazione. Ho sentito la mancanza della luce del sole nelle belle giornate azzurre dell'isola, quando le case colorate di Joo Chiat erano illuminate in tutte le loro sfumature, e il cielo grigio di molte giornate umide della Pianura Padana in cui vivo mi deprimeva. Ho fatto esperienza concreta di come l'esposizione prolungata a un determinato ambiente modifichi le percezioni sensoriali dello stesso, accentuando certi aspetti rispetto ad altri. La sfera sensoriale individuale è plasmata dal luogo in cui si vive, da quello in cui si cresce *in primis*, creando una sorta di legenda, che nel tempo subirà delle modifiche, partendo da quella originaria e notandone le differenze. Singapore mi ha cambiata in diversi aspetti, anche fisici, e scoprire quanto il corpo umano sia dinamico e propenso al cambiamento mi fa venire voglia di ripartire, di rivivere le stesse sensazioni di spaesamento che diventa nel tempo conoscenza, quella che permette di

camminare sicura in un ambiente che, gradualmente e non senza fatiche, so e posso rendere un po' mio.

5. *Il Dunman food Centre*

L'articolazione di questo paragrafo è divisa in quattro sottoparagrafi, per facilitare la comprensione complessiva delle caratteristiche specifiche del mercato scelto. Inizio con la descrizione fisica del luogo, a partire dalla posizione del Dunman food centre all'interno del quartiere di Joo Chiat, per poi visualizzarne la struttura interna. Segue la presentazione generale dei chioschi (in inglese *stalls*) che occupano i due livelli del *food centre*, e quella più specifica di tre chioschi selezionati e delle ricette preparate al loro interno. Nel terzo sottoparagrafo si vogliono presentare le persone che frequentano il luogo, siano essi lavoratori (*hawkers e cleaners*) o clienti. Infine, l'ultima parte è dedicata all'organizzazione quotidiana delle attività del mercato, nelle differenze riscontrate nei vari giorni della settimana e nei diversi orari di ogni giornata.

5.1. *Il luogo*

L'*hawker centre* Dunman food centre si trova a ridosso di Dunman Road, da cui il nome. Questa strada, dall'incrocio con Joo Chiat Road, prosegue fino a incontrare un corso d'acqua, il Geylang River, da dove inizia Old Airport Road. Tuttavia, l'indirizzo dove viene indicato il mercato prende il nome di Onan Road, la strada su cui si affaccia il lato destro

dell'entrata. Onan Road è una strada residenziale molto più piccola di Dunman Road, dove il traffico di macchine, taxi e autobus è sostenuto. Dall'altro lato di Dunman Road, davanti al mercato, ci sono una stazione di polizia e un distributore di benzina. L'incrocio appena vicino, tra Dunman Road e Joo Chiat Road è anch'esso molto movimentato, e celebre per le coloratissime *shophouses* in Koon Seng Road, la strada che s'incontra percorrendo Dunman Road (fig. 15 e 16). A ridosso dell'incrocio si trova un supermercato della catena *Giant*, e il *coffeeshop* Ting Yeang Restaurant. Le strade di accesso al Dunman food centre sono diverse, e recandomici quotidianamente, era piacevole poter cambiare strada ogniqualvolta lo desiderassi. Percorrendo la strada principale, Joo Chiat Road, sapevo che avrei incontrato molte persone e mi sarei fermata per i saluti, altrimenti, nelle vie laterali più tranquille, potevo prendermi il tempo per prepararmi all'entrata in campo.

Per quanto riguarda le caratteristiche fisiche, il Dunman food centre attuale è il risultato di una recente ristrutturazione dell'intero mercato, della struttura esterna e degli spazi interni, in data 14 febbraio 2015, come riporta una targa posta all'entrata. Nell'odierno mercato, il colore predominante è il verde, in diverse tonalità. Giungendo in prossimità del luogo, il colore è proprio l'elemento che rende il mercato immediatamente visibile, contraddistinguendolo dal resto degli edifici sulla strada. Sembra proprio che abbia un luogo dedicato, delimitato dalle quattro strade citate prima, con uno spazio nel lato frontale per il parcheggio delle macchine, davanti all'entrata principale, che ancora di più evidenzia l'entrata (fig.17). Inoltre, il verde del mercato si unisce al verde degli alberi che lo circondano: tre

grandi davanti e una serie di più piccoli nel lato destro. In particolare, nel lato destro, tra il marciapiede e il mercato vi è mezzo metro di verde, erba e alberelli da frutto, di un frutto esotico giallo, grande, con delle punte sulla superficie, chiamato *jackfruit* (fig.18). Oltre al colore, un altro elemento particolare è la forma ondulata del tetto. Si tratta proprio di due volte, una sopra all'altra, che coprono la superficie del mercato come fossero due onde. Sotto queste coperture, il nome scritto in entrata, identifica tutto il luogo. "Dunman food centre" è scritto in grandi caratteri maiuscoli colorati, su uno sfondo bianco, che rende ancora più visibile il nome. "Dunman" è scritto in blu, con caratteri più grandi posti in posizione dominante al di sopra. Sotto, la scritta "food centre" in arancione, con caratteri più piccoli. Lo sfondo bianco su cui è posta la scritta è un rettangolo con i lati ondulati, che riprendono il movimento ondulato del tetto (fig. 19). La scritta si trova appesa su una piattaforma rettangolare che copre interamente l'entrata, anch'essa di colore verde, caratterizzata dalla presenza di scale che conducono ai due diversi livelli del mercato: il piano superiore e il piano inferiore. Nella sua totalità, ad eccezione del lato centrale di chioschi nella parte retrostante, tutto il mercato è aperto sull'esterno, delimitato solo da una ringhiera metallica, a formare quasi un "balcone continuo" sulla strada. L'entrata è ben delimitata da due colonne, che sorreggono, insieme a molte altre, l'intera struttura. In ogni colonna si trova almeno un cartello di divieto: il più diffuso il divieto di fumare (*no smoking* con la classica immagine della sigaretta barrata), ma anche divieto di entrare con le biciclette (*no bicycles*), di gettare a terra spazzatura (*no littering*), di entrare con animali (*no pets*, e, più in vista su sfondo rosso e

in stampatello più grande *NO TOUTING*, che sottolinea il divieto di contrattare i prezzi dei prodotti, i quali sono fissi. La ringhiera del “balcone” del piano superiore è sfruttata come postazione per eventuali poster, bandiere, e cartelli informativi. Nelle prime settimane dal mio arrivo vi erano affisse le bandiere rosse di Singapore con l’immagine del leone, per la celebrazione dei cinquant’anni d’indipendenza. Come elemento comune a tutti i *food centres*, un poster con su scritto “*This is a tray return centre*” (“questo è un mercato con sistema di recupero vassoi”), in tutte e quattro le lingue nazionali, disposte sempre nell’ordine: inglese, mandarino, malese e tamil, è sempre appeso. Dopo qualche settimana di mia frequentazione del posto, le bandiere sono state tolte, per dare spazio a un poster che informava i clienti della chiusura di tutto il mercato nella giornata del 26 ottobre, per lo *spring cleaning*, la periodica pulizia profonda dell’intero centro, con le scuse per gli eventuali inconvenienti causati. Tutta la parte frontale del mercato si affaccia su Dunman Road, e in prossimità di essa vi è un parcheggio riservato ai clienti del mercato e ai furgoni dei fornitori quando devono scaricare le merci. Una delle ragioni del limitato successo del Dunman food centre, in quanto a numero di clienti, mi è stato riferito essere il problema della mancanza di un numero consono di parcheggi, limitato a poche decine.

I due lati della struttura, sinistro e destro, hanno caratteristiche diverse. Il lato sinistro si affaccia su una strada pedonale, dove vi sono proprietà private, per lo più il retro di botteghe in Joo Chiat Road e case private. La parte sinistra, è aperta sull’esterno mediante finestre sul retro degli *stalls*, le quali hanno diverse funzionalità. Non solo permettono alla

luce e all'aria di entrare, evitando l'eccessivo caldo e la poca ventilazione dei fumi dei fuochi accesi per cucinare; ma il loro spessore è sfruttato per appoggiare utensili e materiali, conseguenza dell'uso di ogni minimo angolo del limitato spazio interno dei chioschi (circa due metri quadrati). Il lato destro di entrambi i piani del mercato è invece dedicato alla zona fumatori. Per questo motivo, si trova una grande apertura sulla strada, sempre simile a un balcone con una ringhiera, dove i clienti si possono appoggiare e fumare verso l'esterno (fig.20). Nei tavoli della *smoking area* sono disposti dei posaceneri, ricavati da vecchie lattine di metallo.

Le entrate di accesso al mercato sono in tutto tre. La prima, la principale, nel lato frontale, dà accesso a entrambi i piani tramite due rampe di scale (fig.21). Gli scalini sono fatti di marmo, come tutto il suolo del mercato. Una ringhiera metallica grigia, parte dalle scale e si estende a tutta la struttura metallica che forma i "balconi" delle zone aperte verso l'esterno. La seconda entrata si trova a destra di quella principale. Questa entrata, però, dà accesso solo al piano inferiore. Si tratta di una scala che dirige letteralmente sotto il livello del suolo, spazio in cui è stato creato il piano. La terza e ultima entrata si trova nella parte dietro, dalla parte di Onan Road. Questa entrata, sempre costituita da scale (uguali per forma, struttura e materiali a quelle dell'entrata principale ma più piccole in misura) dirige verso entrambi i livelli del mercato. Questa particolarità nella struttura fisica divisa in due piani causa una marcata differenza tra i due livelli del mercato, differenze fisiche (illuminazione e ventilazione), differenze in termini di qualità del lavoro, e differenze di percezione del luogo e

di sensazioni rispetto allo spazio. La differenza aumenta ancora di più confrontando la quantità di chioschi attualmente attivi nei due piani (cfr. paragrafo 5.2.) e si basa soprattutto sulla quantità e qualità di lavoro che li differenzia marcatamente. Inoltre, questa disposizione facilita l'entrata della luce e dell'aria naturale nel piano superiore, ma al contrario rende più buio e caldo il piano inferiore, nonostante l'eguale presenza di ventilatori elettrici. Questi ultimi si trovano in quasi ogni angolo e in tutte le colonne presenti nell'intero mercato, in coppie di due o quattro per colonna. Un altro elemento che rende il primo piano più dinamico è la presenza dei bagni. Questi si trovano solo al piano superiore, obbligando sia i clienti sia i lavoratori del piano inferiore a salire le scale per poterne usufruire. Altre aree presenti nel mercato sono le zone di deposito materiali dei *cleaners*, il personale addetto alla pulizia dei tavoli. In tutto ce ne sono due: una più grande al piano inferiore e una più piccola al piano superiore, adiacente ai bagni. Oltre a queste aree adibite vi è un'altra zona del mercato dedicata alla sosta dei materiali dei *cleaners*, per lo più carrelli e secchi: l'area a ridosso di un'apertura nella struttura dell'edificio, esattamente al centro dello stesso. Si tratta di un vero e proprio buco nel pavimento del piano superiore che, ben delimitato da ringhiere di alluminio, si affaccia sul lato inferiore. Sopra, lungo le ringhiere, vengono lasciati carrelli, secchi d'acqua, stoviglie e sacchi di verdure, mentre al piano inferiore l'area corrispondente all'apertura è più grande e vi sono posizionati stabilmente i carrelli per il trasporto dei vassoi. Oltre a sparcchiare e pulire i tavoli, impilare i vassoi e riportare le stoviglie ai rispettivi chioschi, il lavoro dei *cleaners* consiste anche nella manutenzione dei bagni. Confrontati con

quelli di altri *food centres*, i bagni del Dunman food centre sono molto ben tenuti, puliti e sempre con la carta igienica a disposizione. Di sicuro la misura limitata del mercato e dei rispettivi bagni ne favorisce la buona manutenzione. In alcuni mercati, inoltre, l'accesso ai bagni è a pagamento (10 cent), in questo è gratuito. I tavoli dell'intera struttura sono disposti in ordine numerico. Nel piano superiore il primo, alla destra dell'entrata, fino al numero 59, e la numerazione riprende nello stesso punto al piano inferiore, dove in tutto ci sono 58 tavoli. Il colore delle sedute è sempre il verde e il materiale è la plastica, unita al metallo delle gambe dei tavoli e delle sedie (fig.22).

Nel piano inferiore, appena si scendono le scale dell'entrata, la prima cosa che si nota è un grande chiosco frontale, più grande rispetto agli altri. Questo *stall*, insieme allo *stall* accanto, sono gli unici due di tutto il mercato ad essere grandi quanto due chioschi uniti in uno spazio unico. In questi casi, il costo dell'affitto è maggiore. Lo spazio interno di questo piano è diverso. Sulla sinistra appena si entra, si trova un'area riservata ai *cleaners*, lo spogliatoio e il deposito materiali, e una zona dedicata alla sicurezza in caso di incendio, con appesa la pompa anti-incendio. I ventilatori e le lampade sono uguali al piano superiore ma meno in numero. Inoltre, le lampade sono più corte, meno pendenti verso il basso, in quanto lo spazio in altezza è minore. Il tetto del piano inferiore è diverso, poiché completamente chiuso in una struttura di marmo verde sorretta da colonne, con l'unico spazio di luce naturale proveniente dall'entrata principale. Nell'intero mercato sono presenti trenta chioschi, divisi tra 19 al piano superiore e 11 al piano inferiore. Di questi, alcuni sono chiusi in attesa di

essere affittati e altri sono utilizzati come deposito materiali di altri chioschi. Tra quelli attivi, ognuno prepara ricette differenti.

5.2. I chioschi e le ricette

In totale, i chioschi (*stalls*) fisicamente presenti a Dunman sono 30. Enumerati in ordine, dal numero 1 al numero 30. Il primo *stall* si trova sulla sinistra, una volta scese le scale del piano inferiore. Da questo, l'enumerazione segue un andamento a ferro di cavallo, per poi tornare verso il centro, creando un altro ferro di cavallo, in una specie di "S" rovesciata immaginaria. Rispettivamente, nel lato inferiore, troviamo a sinistra gli *stalls* numero 01 e 02. Il numero è scritto su un piccolo cartello quadrato posto a lato, con una freccia che indica il chiosco di riferimento. Proseguendo, nel lato posteriore si trovano gli *stalls* numero 03, 04 e 05. Seguendo questa linea immaginaria a "S", si prosegue con il numero 06 e 07, attualmente chiusi. Gli *stalls* 08 e 09 sono posizionati esattamente dall'altro lato dell'area. Infine, gli ultimi due, i numeri 10 e 11, si trovano nella parte destra del piano, immediatamente accessibili scendendo le scale del lato frontale destro. Di questi due solo il numero 10 è attivo. Sul lato destro del piano inferiore vi è anche l'unico sportello ATM per il prelievo di soldi contanti, un elemento presente in tutti gli *hawker centres*. In totale nel piano inferiore ci sono 11 chioschi, di cui solo 5 attivi. Spostandoci al piano superiore, sempre partendo dal lato sinistro, si comincia con lo *stall* numero 12 e si prosegue nell'ordine con il 13, 14, 15 e 16. Nella parte posteriore, rivolta verso l'entrata, il primo *stall* è il numero 17, e

seguono 18, 19, 20, 21, 22. Seguendo la “S” torniamo indietro con i numeri 23 e 24 (di questi due solo il 24 è attivo). Superato il buco centrale presente nella struttura interna, si trovano i numeri 25 e 26, entrambi chiusi, tuttavia il numero 26 è utilizzato come deposito materiali degli *stalls* 15 e 27, dei quali i proprietari sono gli stessi. In totale nel piano superiore ci sono 19 chioschi, di cui 15 attivi e i rimanenti, ugualmente al piano inferiore, hanno le serrande abbassate con appeso un cartello con su scritto: “For rent- cooked food stall”.

Ogni chiosco presenta una struttura simile, in quanto standard in tutti gli *hawker centres*, di due metri quadri per chiosco. Quelli più grandi, solitamente l’unione di due chioschi vicini eliminata la parete che li separa, sono un’eccezione. Se pur standard negli elementi fisici e nelle forniture per cucinare, ogni chiosco è personalizzato da elementi individuali appartenenti agli *hawkers*. Fotografie, altarini religiosi, posters, immagini di premi ricevuti e oggetti vari sono usati come decorazione del proprio spazio. Allo stesso modo, le tipologie d’insegna nella parte alta del chiosco, dove si trova il nome dello stesso, sono a discrezione individuale. Alcuni scelgono un nome breve, scritto a caratteri grandi su sfondo bianco, altri decidono di aggiungere le immagini dei piatti e i prezzi, altri ancora inseriscono disegni in insegne più creative e colorate. Per quanto riguarda il Dunman food centre esistono svariate tipologie di insegne, tuttavia, è interessante il fatto che i chioschi con le insegne più semplici e spoglie sono quelli più antichi e quelli dal maggior successo.

Dei venti chioschi attivi del mercato, dopo un primo periodo di osservazione generale in cui mi soffermavo qualche giorno su un chiosco, per poi passare a un altro, ne ho

selezionati quattro da osservare più minuziosamente, possibilmente entrando in contatto con gli *hawkers* di riferimento e imparando il procedimento di preparazione dei piatti. Di seguito presento brevemente le caratteristiche, la risposta degli *hawkers* al mio tentativo di approccio, le ricette preparate, il metodo di preparazione e la modalità di vendita alla clientela di tre di questi quattro *stalls* scelti, lasciando all'intero quarto capitolo la descrizione più dettagliata del quarto chiosco, lo *stall* numero 19, sul quale mi sono interamente focalizzata nei mesi finali di ricerca.

Stall 12 — Heng heng Prawn Mee Soup (figura 23)

La prima volta che ho parlato con Eng, proprietario del chiosco numero 12, è stato il giorno in cui mi sono presentata all'intero mercato, giustificando la mia presenza e chiedendo la disponibilità di ogni *hawker*. La risposta di Eng è stata positiva, dandomi il permesso di scattare fotografie e registrare video, di fargli domande e osservare il suo lavoro. Tuttavia, egli è stato il primo, a poche settimane dall'inizio del campo, a farmi presente che mi era preclusa la possibilità di entrare fisicamente nei chioschi, per questioni d'igiene e sicurezza regolate dalla National Environment Agency. Dopo aver verificato questa informazione, confermata da altri *hawkers* e dalla stessa NEA, ho ritenuto questo limite molto ostacolante per la mia ricerca. Uno dei miei obiettivi finali era, infatti, di poter “mettere le mani” nelle ricette degli *hawker centres*, idealmente provando personalmente a cucinare i piatti, seguita

dalla supervisione degli *hawkers*. Anche in questo caso il mio metodo si è dovuto adattare alle specificità del campo, e mi sono limitata a una osservazione molto ravvicinata delle ricette, senza entrarci fisicamente in contatto. Ogni incontro con Eng iniziava con la sua domanda «吃饭了吗? » (pīnyīn: chī fàn le ma?) «Hai mangiato?», e nel caso la mia risposta fosse no si offriva sempre di prepararmi il suo piatto. In caso di risposta positiva, invece, mi offriva di bere qualcosa, di solito un *sugar cane juice*⁶⁶, che sapeva essere di mio gradimento. La modalità di conversazione con Eng era la seguente. Nei momenti di inizio giornata lavorativa (per lui verso le 14.00), era impegnato con la preparazione degli ingredienti: lavare la verdura, pulire i gamberi, preparare i peperoncini freschi togliendone il pistillo verde, preparare il brodo della zuppa con le teste dei gamberi, sistemare i diversi tipi di *noodles* in vetrina e, una volta fatte tutte queste cose, pulire le stoviglie e gli utensili usati e l'interno del chiosco, per essere pronto al servizio. In questi momenti parlavamo mentre lui si muoveva e aveva le mani impegnate nei lavori, lui dentro al chiosco e io all'esterno. Sul ciglio dell'entrata lo seguivo, domandavo, ogni tanto facevo qualche video e qualche foto in silenzio, osservando i suoi movimenti. Si è trattato, non solo con Eng ma con la quasi totalità degli *hawkers* con cui ho avuto conversazioni e addirittura nelle interviste registrate, di conversazioni nella pratica.

⁶⁶ Il *sugar cane juice* è il succo che si ottiene spremendo la canna da zucchero. È una bevanda diffusa in molti paesi, soprattutto in quelli in cui si coltiva commercialmente la canna da zucchero, come il Sud-est asiatico, nel subcontinente indiano e in America Latina. E' una bevanda molto rinfrescante ed energizzante, perfetta nel clima tropicale. Dal succo si estrae lo sciroppo di canna da zucchero, usato come dolcificante in molti prodotti alimentari e bevande. Il succo di canna da zucchero si estrae tritutando la canna da zucchero in un macchinario chiamato laminatoio, che pressa e tritura ogni fuscello facendone uscire i succhi. I chioschi che vendono questo prodotto sono dotati del laminatoio.

Talvolta era lui stesso a spiegarmi spontaneamente un particolare della preparazione o a mostrarmi un determinato ingrediente. Nell'attesa dell'arrivo dei clienti, invece, capitava che si sedesse al tavolo di fronte al suo chiosco insieme a me, e così la conversazione era più focalizzata e fluida, aggiunta dal contatto visivo, ma all'arrivo di un cliente, dovevamo per forza interromperci, e lui rientrava nel chiosco. Lo spazio del chiosco comprendeva un banco con una vetrina (comune a tutti) dove teneva un vassoio grigio grande usato per appoggiarci il piatto e portarlo al tavolo del cliente. Eng, infatti, era tra gli *hawkers* che offrivano il servizio al tavolo. Accanto, una pila di altri vassoi all'uso dei clienti e una serie di ciotoline di condimento aggiuntivo, a base di peperoncini freschi e salsa di soia, da prendere a discrezione del cliente. La vetrina è divisa in due ripiani: sotto, le ciotole di ceramica decorata e i diversi *noodles* in quattro sacchetti di plastica: *noodles* gialli fatti con le uova, i *rice-vermicelli* (spaghettoni di riso), i *noodles* di farina di riso più larghi che noi chiameremmo tagliatelle (*flat rice noodles*), e gli ultimi, di un colore marrone/beige, “*noodles* di tofu”. Sopra, le ciotole di plastica usate per il *take-away* e, attaccata in bella vista alla vetrina, la licenza con il nome completo del proprietario: Koh Chap Eng. Al centro in alto, una piccola scultura raffigurante un pesce, animale che porta fortuna e ricchezza nella tradizione cinese (anche in ambito culinario, ad esempio, mangiare pesce nel periodo del capodanno cinese è segno di arrivo di prosperità). Davanti al chiosco, per terra, un secchio pieno d'acqua calda e sapone in cui erano immerse le bacchette usate. Sulla destra, la targa conferita dopo le ispezioni periodiche della National Environment Agency sulla situazione igienica degli *stalls*, degli *hawkers* e del

cibo, con una “B” al chiosco di Eng. I clienti possono affidarsi a queste indicazioni nell’approcciarsi a nuovi chioschi, conoscendone le condizioni di lavoro nel quale viene preparato il loro cibo. Le targhe vanno dall “A” per una situazione eccellente di pulizia, alla “C” per scarsa igiene (nel caso di gradi inferiori alla “C” vi è la chiusura del chiosco per mancanza di condizioni minime per vendere cibo). Tuttavia, il comune pensiero riportatomi in diverse occasioni è che spesso i chioschi con una “B” o addirittura una “C” sono quelli che servono il cibo migliore, quelli che hanno una vasta clientela e un ritmo di lavoro tali da impedire la pulizia costante e attenta. Nel momento in cui arrivano i clienti osservo la preparazione del piatto da parte di Eng. La ricetta che prepara si chiama *prawn mee soup* (Figura 24). Il brodo, continuamente sul fuoco e preparato prima dell’apertura, è a base di pesce, e comprende le teste e i gusci dei gamberi, ma contiene anche costole di maiale bollito, usato per dare più sapore al piatto, e i vari condimenti: sale, zucchero, salsa di soia, pepe. Per questa ricetta, oltre all’elemento chiave del brodo, Eng prepara anche tutte le le altre componenti in anticipo, lasciando per il momento dell’ordine solo la cottura dei *noodles* e l’assemblaggio. A parte, divisi in ciotole diverse, sono pronti i germogli di soia, bolliti pochi minuti per non eliminarne la croccantezza, scaglie di aglio, gamberetti disidratati, zenzero e cipolla, tutto saltato e fritto in poco olio nella wok, e polpette di pesce precotte (comprate già pronte al supermercato). Essendo il grosso della preparazione già ultimata, quando un cliente ordina un piatto di *prawn mee*, la finitura del piatto dura pochissimo, circa tre minuti. Prima di iniziare, tuttavia, Eng chiede alcune informazioni (ma il più delle volte i clienti esplicitano

già queste cose al momento dell'ordine): se il cliente vuole *prawn mee tāng* 汤 o *gàn* 干, ovvero il brodo insieme ai *noodles* (*tāng* significa zuppa in cinese), o il brodo a parte e i *noodles* asciutti (*gàn* significa secco, asciutto), il tipo di *noodles* che preferisce, e se vuole il piatto piccante o meno. Sapute queste informazioni, la prima cosa da fare è bollire i *noodles* in acqua. In tutti i chioschi che servono piatti a base di *noodles*, tra le forniture della cucina vi è un pentolone grande, fisso sopra il fuoco, diviso in due parti, una per bollire i *noodles* e uno per altre necessità, in questo caso il brodo. Eng pone i *noodles* scelti in un contenitore forato per scolare l'acqua unito a un mestolo lungo in legno, per essere maneggiato facilmente, e lo inserisce nell'acqua. Dopo pochi secondi aggiunge le code dei gamberi sgusciati anch'essi a bollire, e in un attimo *noodles* e gamberi insieme sono a cottura e vengono scolati e versati in una ciotola. Aggiunge un mestolo di brodo, i germogli di soia, l'aglio, la cipolla, lo zenzero e i gamberetti fritti e le polpette di pesce tagliate a striscioline. Nel caso il cliente desideri il piatto piccante, si può aggiungere da sé i peperoncini freschi a disposizione sul banco.

Nel metodo di preparazione e anche nel modo di servire i clienti, Eng appare poco appassionato, sempre un po' stanco, visibilmente spossato dal caldo quando sta vicino ai vapori del brodo che bolle e, in ogni momento possibile, si siede all'esterno del chiosco a uno dei tavoli, bevendo un *drink* fresco, leggendo il giornale o chiacchierando con qualche amico in visita. Inoltre, se in altri casi ho visto l'*hawker* rispettare assiduamente le norme igieniche,

nella preparazione di Eng ho notato alcune mancanze, quale l'assenza di guanti nel maneggiare il cibo.

Nel corso dell'osservazione delle diverse preparazioni dei diversi chioschi del Dunman food centre, ciò che risulta evidente sono le peculiarità di ogni *hawker*, dovute alle differenze caratteriali, alla storia personale che ha portato a fare un tipo di lavoro faticoso e ripetitivo quale quello dell'*hawker*, all'età, al fatto di lavorare da soli o con l'aiuto dei familiari, al successo del proprio piatto e al conseguente supporto dei clienti, che porta ad un soddisfacente salario o, al contrario, all'essere *hawker* per necessità economica e per l'impossibilità di aver studiato, vedendo questo mestiere come semplice modo per guadagnarsi quanto basta per vivere, senza necessariamente averne passione. Nel caso di Eng, cinese di origini, il mercato rappresenta il suo luogo di lavoro, e il suo piatto, abbastanza apprezzato, ciò che gli permette di vivere, nonostante la fatica di prepararlo ogni singolo giorno per centinaia di volte. Nel Dunman food centre, ogni chiosco ha una storia diversa e un approccio al lavoro di *hawker* estremamente personale.

Stall 14 – Lau Hong Ser Rojak (Figura 25)

La mattina in cui mi sono presentata all'intero mercato, il chiosco numero 14 era chiuso. La conoscenza di questo interessante *stall* e dell'*hawker* Lim Khai, il proprietario, è avvenuta in una fase avanzata della ricerca e in modo inaspettato. Il giorno in cui mi accorsi delle caratteristiche di questo chiosco e del suo carismatico proprietario, ero seduta a un

tavolo del mercato che mi offriva una prospettiva nuova. Non essendomi mai seduta in quell'area, non avevo ancora osservato la quantità di lavoro e di clienti che lo *stall* numero 14 collezionava nelle ore serali. Infatti, altro motivo della tarda conoscenza di questo chiosco, sono stati gli orari di apertura, con l'inizio del servizio alle 17.00 e la chiusura in tarda serata, nei *weekends* addirittura alle 2 del mattino. Osservando la piccola coda di clienti che iniziava a formarsi già a pochi minuti dall'apertura, ho capito che doveva trattarsi di un chiosco di successo, il quale, tuttavia, durante il giorno vedevo sempre chiuso. Quando un pomeriggio mi sono avvicinata per presentarmi, Lim Khai stava sbucciando un ananas. Dopo essermi presentata e aver spiegato la volontà di seguire il suo lavoro mi è parso molto lusingato e, salutandomi, il suo viso si è aperto in un gran sorriso, con gli occhi a fessura e, quasi facendo un inchino, dandomi la mano e ringraziandomi. Comunicavamo in cinese, poiché il suo inglese era molto povero ma, forse troppo sorpreso della mia conoscenza della lingua, ci tenne a dirmi che la sua giovane figlia sarebbe arrivata presto ad aiutarlo, e avrei potuto parlare con lei in inglese. Le giornate di Lim Khai, come per tutti gli *hawkers*, si ripetevano sempre con gli stessi tempi, ben scanditi e studiati per svolgere al meglio tutte le mansioni, prima dell'effettiva vendita ai clienti. Verso le 15.00 del pomeriggio arrivava al Dunman food centre con il suo motorino, saliva le scale con ancora il casco in testa e apriva la serranda. A volte arrivava al mercato già con delle buste della spesa in mano, altre volte andava a comprare gli ingredienti che gli servivano dopo aver aperto e sistemato altre cose. Dalle 15.00 alle 17.00, l'orario di apertura, teneva la serranda chiusa a tre quarti, e preparava dentro al chiosco tutto il

necessario per fare il suo *rojak*⁶⁷ (figura 26). Da fuori era effettivamente difficile notare la sua presenza. Nella preparazione, per prima cosa lavava e sbucciava le ananas, i cetrioli, i lime e i sedani rapa, per riporli in un catino pieno di ghiaccio in difesa del grande caldo, pronti per essere tagliati al momento dell'ordine. Poi tostava le arachidi mettendole in una pentola sulla griglia calda dal carbone ardente, dopo averle sbriciolate in un mortaio con il pestello. Lim Khai è uno dei pochi *hawkers* di tutta Singapore a usare ancora il carbone per scaldare la griglia, invece delle moderne piastre o del forno elettrico. Il successo del suo *rojak* si deve proprio a questo, al sapore di affumicato naturale, e all'uso degli ingredienti migliori e più freschi, lavorati al momento. La *prawn paste*, l'ingrediente base per la preparazione del *rojak*, la ordina direttamente da Penang, in Malesia, considerata la migliore, e la salsa al peperoncino (*chilli paste*) è preparata da lui ogni giorno. Molti clienti mi hanno raccomandato questo *rojak* proprio perché ogni ordine viene preparato *ad hoc* al momento: la frutta è tagliata e sistemata in una grande base concava in legno dove sul fondo è messa un po' di *prawn paste* e di *chilli paste*, il condimento dell'intero piatto. L'abilità e la precisione nel tagliare le fette di ananas, di cetriolo, e di zenzero con un grande coltello senza appoggiarsi a un tagliere ma tenendo il frutto in una mano e sezionando con l'altra sono segno dell'esperienza maturata negli anni. Ogni movimento è ripetuto allo stesso modo ogni pomeriggio, nello stesso ordine ma con grande passione, visibile nel sorriso costante sul volto di un uomo che mi ha trasmesso l'orgoglio del suo lavoro e la serenità delle sue giornate al

⁶⁷ Si veda nota 68.

mercato, nonostante l'egualmente visibile fatica. Alle 17.00 in punto Lim Khai apriva del tutto la serranda e accoglieva da subito i primi clienti, spesso già disposti in fila. Tuttavia, ancor prima di aprire, i clienti potevano telefonare direttamente al chiosco e ordinare da asporto, concordando l'ora di ritiro del prodotto finito. Con l'aiuto della figlia e della moglie, Lim Khai prendeva nota degli ordini e riusciva a rispettare puntualmente la consegna. La sua clientela era per lo più fissa, ad eccezione di alcune facce nuove, e la conversazione tra l'*hawker* e i suoi clienti non si limitava mai allo scambio merce-soldi, ma vi era sempre un'interazione affettuosa da entrambe le parti. La ricetta base del *rojak* prevede gli ingredienti menzionati sopra, ma vi si possono aggiungere ingredienti diversi, a seconda dei gusti, o raddoppiare le porzioni di alcuni ingredienti già previsti. I prezzi in questo caso variano da due dollari singaporiani per la porzione base, ai tre, quattro, cinque o sei dollari per quelle più abbondanti. Le aggiunte variano dai 30 centesimi del tofu fritto, al dollaro della frittella cinese. Le seppie fritte partono da due dollari per una porzione e un ingrediente chiamato *century egg* costa, invece, un dollaro. La preparazione delle *century eggs* è un metodo di conservazione delle uova, una specialità della cucina cinese. Attraverso un particolare processo di fermentazione, le uova di anatra (raramente uova di gallina) sono lasciate per circa cento giorni in un composto di acqua, sale, carbone, e ossido di calcio. Durante questo periodo il guscio viene dissolto dalla soluzione salina, il bianco d'uovo si trasforma in una massa gelatinosa color ambra e il tuorlo assume una colorazione verde scuro. Il sapore è intenso e particolare.

Quando ho assaggiato per la prima volta il *rojak* di Lim Khai, la ricordo come un'esperienza sensoriale totale. Dopo averlo osservato per l'intero pomeriggio, aver parlato con i suoi clienti, annusato i profumi che uscivano dal suo chiosco e sentito lo scoppiettare dei pezzetti di carbone della griglia, la curiosità di assaggiare finalmente questo piatto era gradualmente aumentata. Al mio turno di ordinare, chiesi una porzione base e ne osservai la preparazione. La figlia di Lim Khai era addetta alla griglia e a mano a mano aggiungeva, prendendoli con una pinza, pezzi di carbone sul fuoco, facendo aria con un ventaglio. Per il mio *rojak* mette *you tiao* (frittelle cinesi) e *beancurd* (tofu fritto) sulla griglia, girandoli più volte per evitare che si brucino. Dopodiché le taglia con una forbice e noto che non tocca mai il cibo cotto con le mani (una delle regole igieniche), ha un guanto nella mano sinistra e con la destra usa gli utensili. La pulizia, nel caso di Lim Khai, è centrale. Il suo chiosco ha ottenuto una "A" in quanto a igiene e l'attenzione che sia lui che sua figlia mettono nel manipolare i cibi è evidente. Dopo aver grigliato, il secondo *step* nella preparazione è la salsa, di cui si occupa Lim Khai stesso. Nella sua postazione, davanti alla vetrina del chiosco: un banco con sopra disposta al centro una grande terrina in legno e intorno una serie di ciotole più piccole contenenti ognuna un ingrediente diverso. Con un cucchiaino aggiunge nella terrina centrale un po' di tutto: *prawn paste*, sale, zucchero di palma puro, salsa al peperoncino, salsa di soia. Poi sprema un lime sopra al composto e inizia a mescolare con una spatola in legno, per rendere il tutto omogeneo. Mentre con una mano fa questo, con l'altra mano risponde al telefono che squilla, o gira la griglia sopra il carbone se sua figlia è impegnata a parlare con i

clienti. Essendo lo spazio all'interno del chiosco molto limitato, tutto è concentrato e raggiungibile con pochi movimenti. Dopodiché aggiunge alla salsa pezzetti di ananas, cetriolo e sedano rapa che taglia dall'alto. In ultimo, aggiunge *beancurd* e *youtiao* grigliati. Mescola tutto, con molta attenzione a unire gli ingredienti, in modo che la salsa avvolga bene ogni singolo pezzo. Solo quando tutto è ben amalgamato, prende un piatto e lo dispone a lato della terrina, e con la spatola versa il composto, pulendo bene ogni residuo dal fondo. L'ultimo tocco è l'aggiunta di una manciata di arachidi tostate. Osservando il lavoro di Lim Khai mi sembrava che tutte le sue azioni fossero sì automatizzate, ma che lui le facesse sempre con grande attenzione ai dettagli. Le mani gli tremavano un po', segno dell'età avanzata, e nei momenti più affollati di clienti notavo in lui un po' di fatica e tanto sudore in viso. Le quantità degli ingredienti e i tempi della griglia li aveva chiaramente in testa e, per ogni singolo cliente, ripeteva tutto il procedimento da capo. Il giorno del mio assaggio, porgendomi il piatto, insistette per offrirmelo, ma decisi di pagare, il minimo per averlo osservato tutto il giorno, e tra me e me ho riflettuto che i due dollari che mi apprestavo a pagare (equivalenti a circa un euro e sessanta) erano pochi per premiare un lavoro così preciso e appassionato. Quando quel giorno assaggiai la prima forchettata di *rojak* mi accorsi immediatamente che la salsa è la chiave di tutta la ricetta: avvolgente, densa e spumosa, ricca di sapori contrastanti. Lo zenzero che dà una piccantezza delicata e non sovrastante e la croccantezza delle arachidi, la morbidezza delle frittelle cinesi e della *beancurd*, croccanti all'esterno ma soffici internamente. L'affumicato della griglia che rende gli ingredienti ancora tiepidi. Come

spugne, i pezzi di frittella cinese e tofu s'impregnano della salsa e, nel mangiare, era piacevole passare dalla prima sensazione avvolgente alla freschezza e alla croccantezza dell'ananas e del cetriolo, che puliscono la bocca. Finiti tutti i pezzetti, nel piatto rimane la salsa, che con l'aiuto di un cucchiaino, mangio fino all'ultimo boccone. In assoluto uno dei miei piatti preferiti di Singapore, mangiare il *rojak* mi ha sempre lasciato una sensazione di completezza in bocca, di un equilibrio di sapori che soddisfa senza appesantire, che riempie la pancia rinfrescando la bocca. Scura e appiccicosa, questa sorta di "insalata asiatica", può sembrare poco appetitosa alla vista, poiché di colore scuro, con la salsa che copre gran parte degli ingredienti ma, dal primo boccone, l'esplosione di sapori nel palato e sulla lingua hanno reso l'esperienza gustativa memorabile. Nondimeno, la ricetta è considerata essere la più adatta a essere definita un piatto nazionale. Non solo il suo nome, *rojak*, significa in malese "mix eclettico", ma anche gli ingredienti, uniti insieme nello spazio del piatto, rappresentano l'unione di elementi disparati, dai sapori forti a quelli più delicati, in una miscela armoniosamente saporita. Proprio come la popolazione singaporiana, composta da persone dalle origini disparate, si unisce nel territorio dell'isola a formare un'unica comunità.

Stall 17 - Jia Dong Shu Shi (figura 27)

Il rapporto con l'*hawker* di questo chiosco è stato particolare e richiede una breve spiegazione per quanto concerne le implicazioni etiche della ricerca sul campo e quanto in là spingersi nella richiesta d'informazioni. Nel prossimo capitolo seguirà una riflessione più

dettagliata su queste tematiche. Il proprietario dello *stall* 17, Kim Seng, lavora solo e prepara uno snack dal nome *popiah*. Nel nostro primo incontro ho saputo che parla cinese e che il suo lavoro inizia presto al mattino, e che proprio la mattina era il momento migliore per parlargli. Ogni mattina, dal chiosco di Kim Seng proveniva la musica cinese della sua radio, che riempiva l'atmosfera calma d'inizio giornata, quando nel piano superiore solo un altro paio di chioschi iniziavano la giornata lavorativa. Ho parlato con Kim Seng nei primi giorni di frequentazione del Dunman food centre, giorni in cui mi presentavo prestissimo, vogliosa di cominciare dall'osservazione dell'apertura del mercato. Con mio grande stupore ho imparato che la mattina presto, alle 7.00, era aperto un solo chiosco in tutto il mercato, lo *stall* 19, e poco dopo, verso le 8.00, arrivava Kim Seng e iniziava a preparare i suoi ingredienti. E' stato così che una delle prime mattine, dopo aver già assaggiato il piatto dello *stall* 19 (l'interessante colazione a base di *wanton mee*) ho osservato il suo *stall*. Mentre ero seduta al tavolo davanti al chiosco, ecco che si presenta il primo cliente della giornata di Kim Seng e ordina il suo piatto: il *popiah*. Sedendosi vicino a me per consumare la sua colazione, nota presto la mia presenza e il mio assiduo scrivere sul taccuino. Incuriosito, mi rivolge la parola e, dopo aver scoperto lo scopo della mia presenza, mi offre di assaggiare un pezzo del *popiah* di Kim Seng. A differenza del *rojak* di Lim Khai, del quale avevo attentamente osservato la preparazione e di cui conoscevo gli ingredienti prima di assaggiarne concretamente il piatto, con lo *stall* 17 l'esperienza gustativa è stata diversa, poiché non avevo alcuna idea di cosa fosse un *popiah* nel momento in cui ne mangiai il primo boccone. Alla vista, questo piatto che

rappresenta più uno *snack* che una portata, si presenta come una *crêpe* arrotolata, una specie di burrito (figura 28). La pasta esterna è molto fina, quasi trasparente, e s'intravedono alcuni tra gli ingredienti all'interno, tra cui le carote e un'altra verdura gialla tagliata a bastoncini che non riconosco, forse una patata. L'intero *popiah* viene tagliato a pezzetti piccoli e si mangia prendendo ogni rondella con le bacchette (o con le mani a seconda delle preferenze). In bocca si presenta croccante all'interno, ricoperto da un soffice strato di pasta che tiene tutto unito. Alcuni ingredienti non li riconosco ma sono quasi certa che si tratti di sole verdure, e il sapore mi sembra dolce e salato insieme, in un buon equilibrio delicato. Il piatto mi piace e mi viene voglia di ordinarne subito uno ma decido di aspettare il giorno dopo, quando con Kim Seng concordammo un incontro per mostrarmi il procedimento di preparazione. In quell'occasione, nel parlare per darci appuntamento, la sensazione che mi ha trasmesso era di scetticismo e poca disponibilità. Inizialmente sembrava addirittura propenso a dirmi di no, a non accettare di parlarmi del suo lavoro, ma in seguito, con una lieve insistenza, sono riuscita ad ottenere un appuntamento per la mattina seguente. Il giorno dopo, recandomi al mercato, ero perciò scettica a mia volta. Vista la difficoltà nel convincerlo, ero sicura che le sue spiegazioni sarebbero state affrettate e che probabilmente lo avrei solo osservato. Inaspettatamente, invece, appena arrivata davanti al suo chiosco mi disse che mi stava aspettando per cominciare e, dopo aver tolto i due vetri della vetrina per permettermi una migliore visuale, iniziò a spiegarmi passo passo il procedimento di preparazione del suo *popiah*: per prima cosa si siede su un piccolo seggiolino di legno al centro del chiosco e sbuccia alcuni degli

ingredienti che scopro essere parte della ricetta: un tubero piuttosto grande simile alla patata ma dalla buccia più chiara, che lui chiama in inglese *turnip* (in italiano la rapa bianca), e mi dice che con una di quelle riesce a fare due *popiah*. Poi, usando una grande grattugia dai bordi di legno (visibilmente fatta a mano), grattugia tutti i *turnip* sbucciati e lavati. Pone una grande wok sul fuoco e aggiunge due mestoli di olio di semi lasciati a scaldare per qualche secondo. Vi butta dentro 4/5 salsicce cinesi, aspetta che si cucinino, poi le toglie e le mette da parte. Mi ero sbagliata sull'assenza di carne in questa ricetta. Kim Seng continua la preparazione mostrandomi una ciotola piena di spicchi d'aglio pelati, poi ne prende 4/5 e li butta nell'olio ancora caldo. Aggiunge gamberetti disidratati in cui aveva versato qualche goccia d'acqua per rinvenirli e che aveva pestato con un mattarello per farli diventare una poltiglia: la famosa *shrimp paste* che, insieme ad altre salse di pesce, è alla base di moltissime ricette singaporiane. Nell'unire la *shrimp paste* all'olio si forma un grande fumo e si sente lo scroscio degli schizzi. Infine, dopo aver grattugiato anche le rape bianche, le butta nella wok. Condisce con salsa di soia scura e sale, aggiunge un goccio d'acqua e mi dice che il tutto deve cuocere da 45 minuti a un'ora. Nel mettere il sale, Kim Seng mi dice che facendo le stese cose ogni mattina, le misure e le quantità le conosce a memoria, le ha interiorizzate. A ogni passaggio mi mostra gli ingredienti, avvicinandosi al ciglio dell'entrata del chiosco, da dove io osservo, e in alcuni casi me li dà in mano per sentirne la consistenza e annusarne l'odore. La stessa cosa fa con gli utensili che usa, il mortaio, il mattarello, la grattugia, e mi racconta che sono oggetti antichi, che usava suo padre prima di lui, quando il chiosco era nella strada.

Osservando il procedimento di preparazione del piatto ricavo anche informazioni di carattere storico sul chiosco e sulla vita di Kim Seng legato a esso. Mentre le rape cuociono, osservo le tante foto con cui l'*hawker* ha decorato l'intera parte del frigo che dà sull'esterno, ben visibili, e riconosco i lavoratori di un altro chiosco del Dunman food centre. Sono Wang e la signora dai capelli rossi dello *stall* 26 che vende *kopi e teh*, e Kim Seng mi racconta che sono cari amici e spesso vanno in vacanza insieme. Appesi, invece, sui vetri della vetrina ci sono due fogli con due fototessere: una di Kim Seng, l'altra di qualcuno che gli assomiglia. Si tratta di due licenze, la prima di suo padre, che cominciò l'attività di *hawker* quarant'anni fa, il foglio è incorniciato e sgualcito nei bordi, l'altra è l'attuale licenza del figlio Kim. Nella licenza sono inserite informazioni quali: RACE: Chinese, STATUS: married, HYGIENE COURSE: e un segno di spunta, e Kim Seng mi mostra a proposito altri due fogli: la targa con la "A" conferita per l'igiene dalla National Environment Agency e un foglio con le norme di sicurezza da mantenere all'interno del chiosco. In quell'occasione mi conferma che non mi è permesso entrare. Passata circa un'ora, la preparazione continua e Kim Seng viene a chiamarmi nel tavolo davanti al suo chiosco per mostrarmi le fasi successive. Sul banco di lavoro mette dei gamberi che tira fuori dal freezer. In un'altra wok butta dell'uovo sbattuto in una pastella con la quale crea una sorta di frittata. Intanto, nell'altra wok, le patate continuano a cuocersi. Grattugia dei cubi di tofu direttamente nella wok con l'uovo e mi dice che cuocere le uova è molto semplice e veloce ma per il tofu ci vuole più tempo, circa mezzora, e va girato costantemente altrimenti si brucia. Mentre lo gira, lo spezzetta con il mestolo in pezzi più

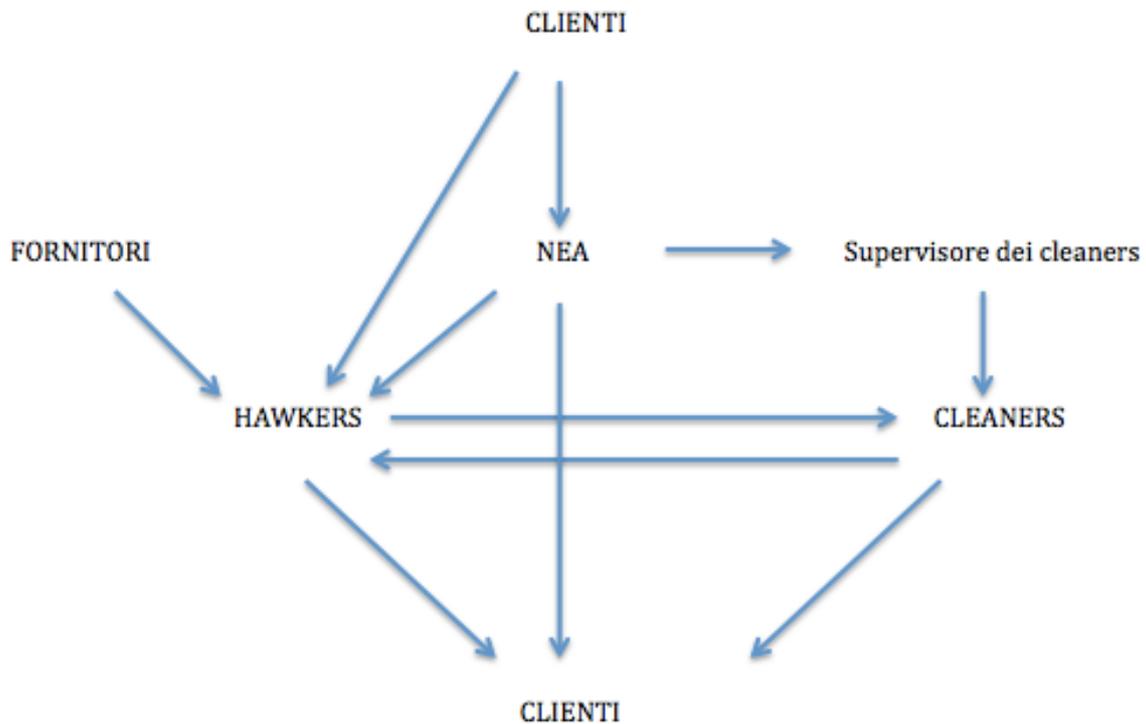
piccoli. L'odore del tofu sul fuoco è avvolgente e forte e si sente perfino dall'esterno del chiosco, in tutta l'area antistante. Quando le patate hanno assorbito tutta l'acqua, una l'assaggia lui, e una la offre a me, stabilendo che manca ancora un po' alla cottura perfetta, perciò aggiunge un altro goccio d'acqua. Mentre le patate finiscono di cuocere, seduto sul suo sgabello batte altri gamberetti nel mortaio con un po' d'acqua per scioglierli, per poi riporli in una ciotolina in frigo, pronti per il giorno dopo. Verso le 10.40, dopo oltre due ore dall'inizio della preparazione, arrivano dei clienti per ordinare, ma Kim Seng deve rispondergli: «还没有» (pīnyīn: hái méiyǒu) che significa “ancora non è pronto”. Quando le patate sono pronte, mi chiama e me ne fa assaggiare un cucchiaino, sono morbide, quasi un purè, e molto saporite. Conclusa la preparazione, sistema tutti gli ingredienti, pronti per l'assemblaggio nel foglio di pasta simile alla *crêpe* (comprato già pronto in set da un centinaio) sul suo banco di lavoro, e per ogni ordine creerà il *popiah* arrotolando la “*crêpe*” con gli ingredienti all'interno. Prima di fare le pulizie del chiosco per essere pronto al servizio, Kim Seng si siede sempre nella zona fumatori per una pausa sigaretta. Alle ore 11.00 gli ingredienti sono pronti, lava le pentole usate, rimette la vetrina tolta appositamente per me, passa la pompa dell'acqua nel pavimento, mette il coperchio a tutti gli ingredienti sul banco, spegne le luci e va in bagno. Una volta tornato, chiude la serranda e tornerà più tardi, verso le 12.00, ora in cui inizia la vendita.

La risposta di Kim Seng alla mia richiesta d'informazioni è stata inaspettatamente positiva. Conclusa la mattinata di spiegazione del procedimento di preparazione del suo *popiah*, ero abbastanza persuasa che ci sarebbe stata occasione per approfondire la nostra conoscenza e la conoscenza della sua storia legata al Dunman food centre e del suo mestiere di *hawker*. Tuttavia, nel corso del campo, il nostro rapporto si è modificato, e la confidenza iniziale che sentivo stavamo maturando si è interrotta in seguito a un episodio particolare, di cui parlerò nel primo paragrafo del prossimo capitolo. Questo episodio rappresenta uno dei motivi che mi hanno portato alla decisione di concentrare l'ultima fase del mio lavoro su un solo chiosco, con il quale è cresciuta una relazione di fiducia reciproca che ci ha permesso di andare più a fondo nella conoscenza.

5.3. *Le persone*

Le figure che si muovono all'interno di un *hawker centres* sono tante, ognuna con il proprio ruolo nello svolgimento delle giornate. Durante il periodo di osservazione all'interno del Dunman food centre, ho individuato tre figure principali, alle quali si aggiungono figure secondarie, tuttavia fondamentali per l'esistenza e le procedure quotidiane del lavoro. Tra le tre principali, gli *hawkers* sono ovviamente i primi di cui ho scoperto le caratteristiche, il ruolo e le funzioni, seguiti immediatamente dai clienti, il cui ruolo può essere definito centrale. In uno schema delle numerose dinamiche relazionali che avvengono

quotidianamente in questi luoghi, in base all'analisi del Dunman food centre, pongo i clienti in posizione primaria come segue:



I singaporiani conoscono bene la cucina degli *hawker centres*, considerata la cucina autentica del paese. Le generazioni più anziane si ricordano i gusti dei cibi venduti dagli *hawkers* per strada, che sono diventati e restano i piatti definiti nazionali, mentre i giovani sono cresciuti frequentando i *food centres* quasi quotidianamente. Nello spostare i chioschi dalla strada alle strutture stabili, le ricette sono state, in parte, mantenute, e questo è un vanto della popolazione, che paragona la propria situazione a città quali Hong Kong, in cui il cibo di strada, sempre meno tollerato poichè abusivo e difficile da controllare, sta ormai scomparendo, lasciando spazio ai ristoranti e ai caffè di stampo occidentale. Come clienti, i

singaporiani sono perciò molto esigenti. Richiedono la qualità dei cibi, la convenienza dei prezzi e la buona attitudine dei venditori, che molto spesso diventano affezionati: «hawkers are like friends» (Cathrine, conversazione annotata, 4 gennaio 2016). I clienti rappresentano in tutto e per tutto le entrate dei venditori, essi sono centrali per il loro sostentamento, ne sono lo stipendio mensile, e la fiducia data dai clienti è di vitale importanza per gli *hawkers*: «being a hawker is not just about cooking! It's also the relationship with the customers. You have to use good attitude! Otherwise, even if the food is the best, they don't support you. If you use good attitude, they will support you.» (Steven, conversazione annotata, 19 febbraio 2016). Inoltre, con i loro *feedbacks*, le loro richieste e lamentele, inviate direttamente alla National Environment Agency tramite una *hot line* apposita, i clienti (nonché i cittadini di Singapore) influenzano e dirigono i cambiamenti e i miglioramenti costantemente attuati nei mercati, al fine di offrire sempre un buon servizio. Un'altra figura chiave presente nella gestione dei mercati è proprio la già citata National Environment Agency (NEA), che si occupa non solo della manutenzione e della pulizia del luogo, dando direttive alla figura del supervisore dei *cleaners*, ma anche del controllo dei piatti venduti, tra i quali deve esserci grande varietà per soddisfare tutti i palati, e del monitoraggio dei prezzi, che devono essere, per definizione dell'*hawker food*, convenienti. Il supervisore dei *cleaners* si occupa di dirigere le persone addette alle pulizie dei tavoli e degli spazi pubblici, nonché dello smistamento delle stoviglie da lavare, da riportare nei vari chioschi. Il ruolo dei *cleaners* all'interno dei mercati è fondamentale e, nonostante siano menzionati molto meno rispetto al mestiere più rispettato

degli *hawkers*, senza il loro contributo le persone non frequenterebbero così volentieri gli *hawker centres*. Uno dei *cleaner* del Dunman food centre, Redmond, mi testimoniò quanto il suo mestiere fosse sì faticoso, ma quanto egli ne andasse fiero. Un giorno, appena arrivata al mercato, come facevo quotidianamente stavo prendendo nota della situazione appena arrivata: una sorta di fotografia a parole di ciò che mi si presentava in quel preciso momento della giornata. Fu in quell'occasione che Redmond si sedette davanti a me, non ci eravamo mai rivolti la parola, se pur visti spesso, solo qualche educato saluto. Il modo in cui iniziò a parlarmi fu molto diretto: «If you go to other food centres you cannot place your papers and your bag on the table, because they will get wet and dirty!» (Redmond, conversazione annotata, 11 dicembre 2015). Rimasi stupita da quest'affermazione a caldo, totalmente spontanea, e l'idea che mi sono fatta è che le persone del mercato avessero capito che mi interessava conoscerne il lavoro e, parlando tra di loro, potrebbe essere che Redmond, un *cleaner*, volesse anche lui dire la sua riguardo il suo di lavoro, testimoniando un certo orgoglio per quello che ritiene essere un ruolo svolto bene, addirittura meglio che in altri *food centres*. Quel giorno l'ho ringraziato e mi sono complimentata per quello che sinceramente notavo essere un lavoro minuzioso di pulizia, sia dei tavoli sia dei bagni, e ho sottolineato la mia convinzione che per i clienti fosse importante la pulizia del posto e come, di conseguenza, il buon business del Dunman food centre dipendesse certamente dagli *hawkers* e dalle ricette, ma in larga parte anche da loro: i *cleaners*. Redmond mi racconta che lavora al mercato da undici anni, che il suo turno è di otto ore al giorno, dalla mattina fino alle 14.00.

Afferma che «young people they like big money, they don't want to do this job, but for me it's ok and I do it well» (Redmond, conversazione annotata, 11 dicembre 2015). S'interrompe perché dei clienti stanno liberando un tavolo e si precipita a sprecchiarlo, guardandomi con un'espressione compiaciuta, mentre riporta i piatti al chiosco numero 19, dove scherza con il proprietario Steven, con cui spesso condivide il pranzo. La relazione tra gli *hawkers* e i *cleaners* è caratterizzata da una reciprocità: i *cleaners* si occupano di riportare le stoviglie nei chioschi e di tenere puliti i tavoli e gli spazi, garantendo che i clienti abbiano una visione positiva del luogo. Ma, se una volta la figura dei *cleaners* non esisteva, e i venditori dovevano occuparsi personalmente di ulteriori compiti oltre alla preparazione dei piatti o assumere un'altra persona per occuparsene ora, oltre alla retta mensile di affitto del chiosco da pagare alla National Environment Agency, gli *hawkers* pagano una retta anche per il lavoro dei *cleaners*, liberandosi da ulteriori compiti ma aumentando le spese. *Hawkers* e *cleaners* sono dipendenti gli uni dagli altri, così come lo sono i clienti e gli *hawkers*, nel soddisfare la pancia e il portafogli, i primi, nel guadagnare abbastanza per vivere dignitosamente, i secondi. Questa reciprocità è rappresentata dalle frecce blu dello schema. Infine, il lavoro degli *hawkers* dipende anche dai fornitori. Avere fornitori fidati e puntuali nelle consegne quotidiane è fondamentale per la buona riuscita della giornata lavorativa, rispettandone i ritmi e gli orari precisi. E' capitato in un caso che i *noodles* per la preparazione della ricetta di Steven, del chiosco 19, arrivarono una mattina con oltre un'ora di ritardo, a causa di un

incidente avuto dal furgone dei fornitori. Quella mattina Steven ha perso dei clienti arrivati per mangiare, ai quali ha dovuto riferire l'inconveniente.

In conclusione, in questa rappresentazione schematica dei rapporti tra le persone che caratterizzano le giornate del Dunman food centre, se i clienti sono il punto iniziale che influenza il lavoro della National Environment Agency, degli *hawkers* e dei *cleaners*, essi ne sono anche il punto finale, lo scopo di tutto il lavoro, i giudici finali, i cui gusti influiscono sulla produttività degli *hawker centres*.

Sulle persone incontrate al Dunman food centre e sulle relazioni tra le stesse è necessario soffermarsi citando qualche aneddoto di giornate di campo. In una delle interviste fatte a Steven, dello *stall* 19 (cfr. capitolo V), lui stesso mi disse che come esistono le *government politics* esistono anche le *hawkers' politics*, il risultato del trascorrere così tanto tempo insieme, quotidianamente, nello stesso luogo: amicizie, discussioni, litigi, invidie e favori. Ogni singolo giorno *hawkers*, *cleaners*, fornitori e clienti (per lo più quelli abituarini) s'incontrano e passano le giornate condividendo lo spazio fisico, inevitabilmente venendo a contatto in diversi modi. Inoltre, essendo il mercato un luogo in cui si condivide il cibo nel momento conviviale per eccellenza del pasto, nei momenti di tranquillità in cui gli *hawkers* potevano uscire dal chiosco, sedersi al tavolo e mangiare qualcosa, capitava spesso che lo facessero in compagnia, sistemandosi insieme allo stesso tavolo. Questi momenti duravano solitamente poco, poiché spesso arrivavano dei clienti a interromperli. Tuttavia, ciò faceva parte del gioco, e gli *hawkers*, consapevoli del loro ruolo, erano sempre pronti a interrompersi

per dedicarsi al servizio. Ho avuto, inoltre, testimonianza di simpatie e antipatie presenti tra alcune figure in particolare, chiaritemi nelle conversazioni, ho assistito a scambi di soldi in cambio di alcuni favori (prestito di merce o semplicemente un anticipo di soldi poi restituiti), e della preparazione dei piatti da parte di alcuni *hawkers* per i colleghi di altri chioschi, poiché, come mi disse un giorno Steven: «you get bored of the food you cook every single day, so if you can you eat something different» (conversazione annotata, 17 gennaio 2016). Un altro gesto di condivisione riguarda l'offerta di un piatto ai *cleaners* da parte di alcuni *hawker*, tra i quali ancora Steven, che quando preparava un piatto di *wanton mee* per il suo pranzo, usava chiedere al *cleaner* di turno in quel momento se lo gradiva anche lui. In quel caso, si sedevano insieme a mangiare per qualche minuto. Ricordo, infine, i clienti affezionati di Lim Khai, dello *stall* 14, nella lunga attesa per il suo *rojak*, chiedere informazioni sulla sua salute, sulla famiglia, dimostrando un interessamento amichevole, non limitato al rapporto tra venditore e cliente, ma di conoscenza prolungata, diventata nel tempo amicizia.

5.4 Le giornate

Le giornate lavorative del mercato sono caratterizzate da elementi fissi e da circostanze eccezionali, legate a fattori esterni quali il tempo atmosferico e il lavoro dei fornitori. Ad esempio, in una giornata piovosa, i clienti diminuiscono e un ritardo dei fornitori può compromettere il normale svolgimento delle attività. Gli orari sono anch'essi per lo più fissi, con eccezioni in base alle decisioni dei singoli *hawkers*. Per quanto riguarda il ritmo di

lavoro, le differenze maggiori si notano nei diversi momenti della giornata: mattina, ora di pranzo e ora di cena e, nel corso di una settimana, tra i giorni lavorativi e quelli del fine settimana, in cui la clientela aumenta esponenzialmente. Di seguito presento una breve descrizione di una “normale” giornata lavorativa durante la settimana, divisa nelle diverse ore del giorno. Seguirà la descrizione di una domenica tipica al Dunman food centre, con attenzione alle differenze rispetto al resto della settimana.

LUNEDÌ

Ore 6.30

A quest'ora della mattina fuori è ancora buio. A Singapore, tutto l'anno, il sole sorge verso le 7.00 del mattino e tramonta verso le 19.00 di sera. Il cielo è limpido, segno che sarà una giornata di sole bollente. Prima del sorgere del sole, la temperatura è ancora accettabile, ma già calda. Joo Chiat Road è silenziosa, completamente diversa dal vivace giorno. L'incrocio di Dunman Road è quasi irriconoscibile, una macchina ogni tanto, interrompe quella tranquillità così insolita. Salite le scale pulite dell'inizio di una giornata ancora giovane, l'intero Dunman food centre è chiuso, tutte le serrande abbassate. Stranamente, le luci e i ventilatori sono accesi, e il silenzio è interrotto dal movimento dell'aria. Su alcuni tavoli, nella zona fumatori, bottiglie di birra vuote e bicchieri, e un paio di tavoli sono ancora da sparecchiare dalla sera prima, alcuni invece sono sparecchiati ma sporchi. Un paio di *stalls* hanno già delle buste della spesa sui tavoli antistanti, segno che i fornitori sono già passati a

lasciare alcuni prodotti. Non essendoci porte d'entrata, lo spazio del mercato è sempre aperto. Ogni *hawker* possiede le chiavi del proprio chiosco. Talvolta, l'*hawker* dà una copia delle chiavi ai fornitori di fiducia, i quali la mattina presto, molto prima dell'orario di apertura, aprono la serranda per lasciare i prodotti all'interno del chiosco per cui lavorano, richiudendo attentamente subito dopo. Oltre ai ventilatori, si sente solo il canto degli uccelli mattutini appoggiati sul tetto e il rumore delle poche macchine che iniziano a riempire le strade vicine.

Ore 7.00

Al piano inferiore aprono i chioschi numero 04 e 09, il primo dei due contendente dello *stall* 19 del piano superiore, poiché serve la stessa ricetta, *wanton mee*, il secondo, il chiosco di tè o caffè che, seppur anche in questo caso al piano superiore ve ne sia un altro, è il chiosco di riferimento di tutto il piano per quanto riguarda le bevande. Il lavoro dei due chioschi dei *drinks* dei due piani del mercato è così suddiviso equamente. I clienti sono pochissimi, due o tre persone che acquistano *take-away* la colazione da mangiare andando al lavoro con i mezzi pubblici. Tuttavia, il piano inferiore è quello che nelle ore della mattina lavora di più. Alcuni camion dei fornitori parcheggiano davanti all'entrata e portano buste di prodotti da lasciare sui tavoli dei rispettivi chioschi. L'operazione è molto veloce, segno di accordi precedentemente presi con gli *hawkers*. Spesso i motori dei camion rimangono accesi il tempo necessario a salire, lasciare la merce e tornare in strada.

Ore 7.30

Al piano superiore arriva Steven, del chiosco 19, con delle buste in mano. Apre la serranda e subito si mette al lavoro lavando le stoviglie rimaste nel lavandino dal giorno prima. Tra le 7.30 e le 9.00 aprono anche lo *stall* 26 e il 15, gestiti dagli stessi proprietari, i più longevi del mercato, marito e moglie, Wang e la *auntie* dai capelli rossi, chiamata da tutti così per la sua tinta di capelli molto accesa. Poco dopo arriva la coppia giovane del chiosco numero 16, che serve *fish soup*, e Kim Seng, che inizia a preparare gli ingredienti del *popiah*. Dal momento dell'arrivo degli *hawkers* all'effettiva apertura alla clientela passano circa due ore, il tempo necessario per la preparazione di tutti gli ingredienti e la successiva pulizia del chiosco per l'inizio del servizio.

Ore 11.00

Al piano superiore i chioschi numero 15, 16, 17, e 19 sono in servizio, e la clientela comincia ad aumentare più si avvicina l'ora del pranzo, che per le abitudini singaporiane è tra le undici e l'una e mezza circa. Verso le 10.00 arrivano anche i proprietari degli *stalls* 20, 21, 22 e 28. Il chiosco numero 20, dove lavora una coppia di giovani sposi, è aperto tutti i giorni dal padre di lui, il quale si occupa delle operazioni di preparazione del chiosco e degli ingredienti. Verso mezzogiorno, per iniziare il servizio, arrivano i due giovani a dare il cambio all'anziano padre, che una volta si occupava anche della vendita. Il chiosco numero 24 serve *sugar cane juice* e pochi altri *drinks*, per lo più sode in lattina, ed è tenuto da una

signora che segue ritmi particolari, alcuni giorni è aperta, molti altri no. Nei giorni in cui lavora apre verso l'ora di pranzo. Puntuale come ogni giorno, Seng del *kopitiam* cinese accanto al mercato viene a fare la sua seconda colazione a base di *wanton mee* da Steven, dello *stall* 19. Al piano inferiore hanno aperto tutti i rimanenti chioschi: il numero 03, 05, 08 e l'11. Quest'ultimo è considerato essere il chiosco migliore del piano inferiore, serve *duck rice*⁶⁸ ed è aperto ogni giorno verso le 10 da un ragazzo, il quale all'ora dell'apertura ai clienti, l'ora di pranzo, passa il testimone al padre e alla madre, che lavorano invece fino a sera. Per successo di clientela del piano inferiore segue il chiosco 03, tenuto da Julie, una donna sui cinquantacinque anni, e dal figlio. Servono *teochew porridge*, che più del nome di un piatto rappresenta una modalità di pasto. Il bancone del loro chiosco, più grande rispetto agli altri perché unione di due chioschi, presenta una moltitudine di piatti detti *side dishes*, in italiano contorni. Il cliente può scegliere tra *rice* e *rice porridge* al quale aggiungere quanti *side dishes* desidera. Tra questi verdure, carne, pesce e tofu cucinati in maniera diversa: fritti, al vapore o saltati. Una volta composto il piatto, a discrezione del cliente c'è l'aggiunta dei condimenti, disponibili a *self-service*: *chilli flakes*, *chilli sauce*, *soy sauce*, *lime* o *fermented soy beans*, questi ultimi molto salati, utili per insaporire il *porridge*.

⁶⁸ Il *duck rice* è un piatto singaporiano a base di carne d'anatra brasata o arrosto, servita con riso bianco a parte e un denso strato di salsa di soia. L'anatra è solitamente cotta insieme a gamberi e a patate dolci. Come piatti di contorno sono servite uova sode e verdure saltate nella wok. Il *duck rice* nella versione *teochew*, minoranza cinese presente a Singapore, è un piatto simile ma più raffinato. A causa della struttura leggermente ruvida dell'anatra, rispetto per esempio al pollo, viene disossata e tagliata sottilmente per la comodità del commensale, consentendo inoltre alle salse di penetrare meglio nella carne, rendendola un'esperienza nel suo complesso più piacevole. Questo piatto si trova comunemente nei *food centres* di tutto il paese.

Ore 13.00

Il piano inferiore è piuttosto affollato di clienti, in particolare nell'area di tavoli davanti agli *stalls* 03, 04 e 05. Il chiosco dei *drinks* 09, lavora bene, servendo da bere ai tavoli, o ricevendo i clienti in attesa del piatto pronto. Il chiosco 08, l'unico del piano a servire dolci, inizia le operazioni di apertura, e lavora maggiormente nel pomeriggio, quando le persone preferiscono consumare una merenda dolce. Tra i clienti dello stall 03 ci sono per lo più lavoratori che possono dedicare poco tempo al pranzo, e il buffet già pronto offerto dal *teochew porridge* è perfetto. I due *cleaners* in turno in quell'orario hanno un gran da fare nello sparecchiare e pulire i tavoli, per dare spazio ai prossimi clienti e restituire ai chioschi le stoviglie da lavare e riutilizzare. Al piano superiore i chioschi che lavorano meglio e i piatti che vanno di più sono il *popiah* di Kim Seng, ordinato come *snack* da unire ad altri piatti e il *wanton mee* di Steven, uno dei chioschi di maggior successo del piano superiore. Anche gli *stall* 20 e 22, che servono piatti di pesce e verdure saltate in stile cinese (i proprietari sono residenti a Singapore da tanti anni ma provengono dalla Cina) sono abbastanza indaffarati, nonostante l'orario migliore per servire i loro piatti sia quello serale. Il pesce, infatti, è preferibilmente mangiato a cena, quando c'è più tempo per sedersi, pulirlo e gustarlo insieme. Non si tratta di un piatto che qualcuno ordinerebbe da solo, anche per i costi più elevati del pesce, pensati per essere condivisi. Il chiosco di Wang e della *auntie* dai capelli rossi fa servizio al tavolo tramite due lavoratori più giovani assunti dall'anziana coppia, che si occupa esclusivamente della preparazione. Anche la *fish soup* dello *stall* 16 e i piatti offerti dallo *stall*

27 (tra cui *hokkien mee*⁶⁹ e *carrot cake*⁷⁰) sono ordinati maggiormente di sera, anche se qualche cliente all'ora di pranzo, non manca mai.

Ore 14.00

Finito il primo *rush* delle ore centrali, il pomeriggio è il momento più tranquillo della giornata. Gli ingredienti sono preparati, i chioschi puliti, i condimenti pronti e i piatti e le bacchette lavate e pronte all'uso. Ciò che caratterizza queste ore è l'attesa. L'attesa di ricominciare tutto daccapo dopo qualche ora, e di resistere fino all'ultimo cliente per poi sistemare e pulire l'intero chiosco, gli *hawkers*, e l'intero mercato, i *cleaners*. Durante questa attesa è ben visibile l'atmosfera comunitaria del luogo. Gli *hawkers* che vanno più d'accordo mangiano insieme, alcuni bevono un *kopi* o un *teh* nella zona fumatori e condividono una fumata rilassante, altri leggono il giornale, altri ancora ricevono dei clienti/amici e chiacchierano con loro. C'è chi si reca al *kopitiam* per bere lì un *kopi* e prendersi una pausa,

⁶⁹ *Hokkien mee* è un piatto della cucina malese e Singaporiana che ha origine nella regione cinese del Fujian, da dove proviene la minoranza *hokkien*, largamente presente nel Sud-est asiatico. Nella sua forma più comune, il piatto è costituito da tagliatelle di uova e tagliatelle di riso condite con uova stappazzate, fette di carne di maiale, gamberi e calamari, tutto abilmente saltato nella wok, creando il cosiddetto "wok flavour" e servite con verdure, piccoli pezzi di lardo, salsa piccante (chiamata *sambal*) e succo di lime.

⁷⁰La cosiddetta *carrot cake* è un piatto originario della cucina Teochew, minoranza cinese della regione di Chaosan, diffusasi poi in Malesia, Singapore e Taiwan, a base di cubetti di *daikon* (della famiglia del nostro ravanella, ma più grande, interamente bianco e meno acquoso) immersi in una pastella e poi fritti in abbondante olio nella wok, a creare una sorta di *crêpe* farcita. E' chiamata *carrot cake* poiché la parola malese per *daikon* è usata anche per indicare la carota, detta "daikon rosso". Non c'è alcuna connessione tra questo piatto e la torta dolce di carota, preparata come dessert nei paesi occidentali. Questo nome erroneo ha dato il titolo alla popolare guida sul cibo di strada di Singapore *There's No Carrot in Carrot Cake*, scritto da Olivia Law e pubblicato per Epigram Books nel 2010, ampiamente consultato nella fase iniziale di questa ricerca.

anche fisica, dal mercato. Per il mio costante obiettivo di parlare con gli *hawkers*, e in particolare allo scopo di svolgere delle interviste strutturate da registrare, questi erano i momenti più adatti. Tra le 14.00 e le 15.00, Eng e Lim Khai degli stalls 12 e 14 iniziano la loro giornata lavorativa. Arrivano al mercato, aprono la serranda e preparano gli ingredienti. Alle 13.30 circa arrivano ogni giorno i ragazzi del *Dragon City Claypot*, lo *stall* 29/30 che serve la specialità del *frog porridge*⁷¹. La preparazione dei loro ingredienti consiste nella pulizia delle rane, seguita dalla cottura nella pentola chiamata, appunto, *claypot*, e nella lunga preparazione del *porridge*, riso cotto al punto da squagliarsi in una poltiglia bianca e gelatinosa, da mangiare col cucchiaino, unita alla carne di rana che insaporisce questa base di riso per lo più insapore.

⁷¹ Il *frog porridge* è una ricetta originaria della cucina cantonese, diventata una prelibatezza nell'area di Singapore, dove solitamente viene consumato in cene di gruppo nei *food centres*, servita in una pentola di terracotta bollente, chiamata *claypot*. Il *porridge* cantonese, detto *congee*, prevede una lunga cottura del riso bianco con abbondante acqua, fino a quando i chicchi si sciolgono a formare una zuppa densa, simile al *porridge* di avena comunemente consumato nei paesi anglosassoni. A questo piatto base, per lo più insapore, si aggiunge la carne. La carne di rana è molto magra, a basso contenuto di grassi, ricca di proteine, acidi grassi omega 3, vitamina A e potassio. I singaporiani ritengono, in particolare, che solleciti la funzione immunitaria e innalzi i livelli di energia. La consistenza è simile alla carne del pollo, ma leggermente gommosa, e il sapore è delicato, più vicino a quello del pesce. In questa ricetta, la carne, prima marinata in sale, olio di sesamo, vino di riso e pepe bianco, è cotta a lungo in un brodo di pollo insieme a cipollotto e zenzero. Il *porridge* è poi posto nella *claypot* sul fuoco, e i pezzi di carne adagiati sopra, ultimando la cottura con un coperchio per mantenere i sapori. Caratteristica della *claypot* è lo strato croccante di riso che in cottura si attacca alla terracotta, rendendo ancora più saporito il piatto.

Ore 17.00

Eng e Lim Khai aprono ai clienti e iniziano a lavorare con un ritmo gradualmente più veloce fino a tarda sera. I ragazzi dello *stall* 29/30 aprono verso le 15.00 e dalle 17.00 inizia l'orario della giornata più intenso. La tipologia dei clienti della sera varia rispetto alla mattina. Le scuole chiudono e alcuni ragazzi e ragazze con gli zaini in spalla si fermano per colmare in breve tempo la fame dopo un'intensa giornata di studio, chi esce dall'ufficio ancora con la valigetta in mano va in solitaria a mangiare un piatto caldo. Verso le 18.00 iniziano ad arrivare le famiglie e le coppie anziane e meno anziane per cenare. I tavoli iniziano a riempirsi e si formano delle brevi code, soprattutto davanti allo *stall* 14 del *rojak* e al numero 29/30: i due chioschi di maggiore successo di clientela serale. I chioschi aperti dalla mattina presto, come il 19 del piano superiore e gli *stalls* 03, 04, 05, 08, 09 del piano inferiore, iniziano a chiudere, dedicando almeno 45 minuti alle pulizie finali della giornata: sistemazione degli ingredienti avanzati, eliminazione della spazzatura organica e inorganica, lavaggio delle stoviglie e delle pentole, pulizia di tutti gli spazi interni del chiosco e della vetrina esterna. I *cleaners* a mano a mano che i clienti si alzano, sistemano e puliscono i tavoli. Il supervisore dei *cleaners*, riconoscibile dalla sua maglietta bianca, è presente al mercato durante tutto il giorno, e la sera è addetto alla chiusura, attendendo fino all'ultimo cliente. Talvolta, se l'ora si fa troppo tarda, chiude a chiave tutti gli spazi privati e se ne va, lasciando qualche cliente a finire il proprio *drink*, e le stoviglie verranno sistemate dal primo *cleaner* della mattina seguente.

Ore 22.00

Nel dopo cena, coppie di amici, fidanzati o semplicemente persone in passeggiata o desiderose di uno spuntino o un *drink* serale occupano i tavoli del mercato, più tranquillo e avvolto nel buio esterno. Le molte luci del soffitto illuminano gli spazi e i ventilatori continuano ad arieggiare senza sosta. Lim Khai dalle 17.00 continua ininterrottamente a preparare un *rojak* alla volta, per ogni nuovo cliente, ed ogni sera, ad eccezione del suo giorno di riposo settimanale, è l'ultimo a chiudere la serranda insieme ai ragazzi del chiosco 29/30. Lo *stall* 15 è l'unico del piano superiore a servire una tipologia di dolce: *soy beancurd*⁷² condito con diversi sciroppi dolci e frutti di palma. Appartiene a Wang e alla *auntie* dai capelli rossi, proprietari anche dello stall dei *drinks* numero 27. Insieme al 14 e al 29/30, lo *stall* 15 è tra gli ultimi in chiusura. Al piano inferiore, l'altro *stall* dei dolci del mercato è il numero 08, ma lavora prevalentemente tra le 12.00 e le 16.00. Spesso, i clienti che mangiano le portate principali al piano superiore, si recano poi anche al piano inferiore ad acquistare un dolce, poiché lo stall 08 offre una varietà di *kueh*, dolci tipici singaporiani a base di riso glutinoso e farina di cocco, cucinati per lo più al vapore e molto popolari nell'area di Singapore e della Malesia. Quando anche l'ultima serranda è chiusa, il supervisore dei *cleaners* spegne luci e ventilatori, e sempre lui sarà il primo, il giorno dopo, a riaccenderli.

⁷² Il *soy beancurd*, in cinese dòuhuā 豆花, la forma breve di dòufuhuā 豆腐花, è uno spuntino dolce a base di tofu morbido, per questo conosciuto anche come budino di tofu o budino di soia. In Malesia e Singapore è più comunemente conosciuto con il nome in dialetto *hokkien tau hua* o *tau huay*. Il tofu morbido viene servito in una ciotola con sciroppo di zucchero, guarnito a piacere con semi di ginko (della pianta *ginko biloba*) o semi di palma, e mangiato con il cucchiaino.

Talvolta, se finiscono di lavorare tardi e hanno il turno presto il giorno dopo, alcuni *cleaners* e lo stesso supervisore dormono distesi su due sedie dei tavoli, nel piano inferiore.

DOMENICA

La domenica al Dunman food centre c'è più movimento. La mattina, fino alle 10.00, è piuttosto simile agli altri giorni, dopodiché, i chioschi che alzano la serranda per prepararsi al servizio giornaliero sono molti di più rispetto ai giorni infrasettimanali. Verso le 10.00 di una domenica di osservazione la situazione era la seguente:

La radio di Kim Seng è accesa. Arriva il papà del ragazzo che con la moglie lavora allo *stall* 20 con delle buste, io lo guardo e gli sorrido, ma lui sposta lo sguardo, non sono riuscita a entrarci in confidenza. Noto che si è tagliato i capelli. Apre la serranda e prende la grande immagine che mostra i piatti offerti, la quale scopro in quel momento essere mobile, e la sistema in alto nell'entrata del chiosco. Si sente il rumore dell'affilatura dei coltelli della mamma di Steven, *stall* 19, alla quale faccio un video. Wang sposta le casse di bottiglie di vetro vuote a rendere e fa molto rumore. Dentro lo *stall* 28 il *cleaner* privato sta preparando il chiosco, un uomo assunto dai proprietari, che si occupa della pulizia iniziale e serale dello stesso, un'eccezione al Dunman food centre, dove tutti gli altri *hawkers* si occupano personalmente della pulizia degli spazi privati e i *cleaners* sono addetti esclusivamente agli spazi comuni. *Tee tee*, il *cleaner* anziano di origini malesi, è seduto con le gambe appoggiate sulle sedie e legge il giornale. Oggi, domenica, a quest'ora c'è più movimento del solito, più rumori, più persone. Kim Seng spadella, sta preparando i suoi ingredienti. Steven sta attendendo i fornitori di *noodles* freschi di giornata, che arrivano puntuali ogni mattina, ma che oggi sono stranamente in ritardo. Al chiosco 15 di Wang arriva, invece, il fornitore del ghiaccio, che viene pagato al momento della consegna.⁷³

⁷³ Annotazione nel diario di campo, 21 dicembre 2016

La domenica, al piano inferiore i chioschi sono tutti aperti verso le ore 12.00, come gli altri giorni, con la sola eccezione del chiosco 08, che apre prima del solito. Al piano superiore, invece, tutti i chioschi sono aperti tranne il numero 12 e 14, rispettivamente di Eng e Lim Khai, che apriranno nel pomeriggio, insieme allo *stall* 21, dove lavora una donna che, esclusivamente nelle ore serali, vende *satay*⁷⁴, un piatto consumato principalmente a cena o negli spuntini notturni. Le maggiori differenze che noto nei *weekends*, rispetto al resto della settimana, oltre alla maggiore dinamicità e vivacità dell'intero luogo, riguardano la clientela. Il pranzo della domenica al Dunman food centre vede il riunirsi di gruppi molto numerosi di persone, oltre alle solite famiglie e coppie di amici. Questo perchè nelle vicinanze del mercato vi sono ben quattro chiese, ed essendo la domenica il giorno della funzione, l'abitudine è di recarsi insieme a mangiare qualcosa una volta conclusi i riti. Soprattutto nell'orario centrale, tra le 12.00 e le 14.00, si creano piccole code davanti ai chioschi e gli *hawkers* stilano una lista degli ordini da seguire, scrivendoli in un foglio. Tutti tranne Steven, il quale un giorno ci tenne a raccontare la sua bravura nel tenere a mente ogni singolo ordine e a ricordarsi del volto della persona che aveva ordinato.

Queste e altre caratteristiche del modo di lavorare di Steven e del suo chiosco numero 19 saranno argomento del prossimo capitolo.

⁷⁴ Si veda nota 73.

CAPITOLO IV

Lo *stall* 19: Dunman Road Char Siew Wanton Mee

1. La scelta di un solo chiosco e questioni etiche

In questo capitolo verranno sviluppate alcune considerazioni teoriche generali riguardo le abilità individuali, l'identità agita, l'interazione tra il soggetto e il luogo e il cibo, a partire dal caso concreto di uno dei chioschi del Dunman food centre: lo stall numero 19, chiamato Dunman Road Char Siew Wanton Mee, dell'*hawker* Steven (figura 29). Nel tentativo di analizzare questi concetti nella quotidianità del mercato, la volontà personale era di riuscire a coltivare con alcuni *hawkers* un rapporto tale da permettermi un'osservazione profonda delle loro giornate, che includesse anche la sfera fisica dello stare dentro il chiosco, preparare gli ingredienti e cucinare. A questo proposito, giunta a un mese dalla fine del periodo campo, le informazioni raccolte e le conversazioni avute, insieme ad alcune interviste, erano molte. Tuttavia, rimanevano alcuni punti interrogativi e certi aspetti che avrei voluto approfondire, ma che il limite dell'impossibilità di entrare nei chioschi mi aveva, fino a quel punto, impedito. E' necessario fare qui una breve riflessione su questo ostacolo metodologico e su come ho deciso di affrontarlo. Nelle poche settimane che rimanevano al mio periodo di campo, confermato nei fatti il divieto di recarmi all'interno dei chioschi, decisi di tentare un'ultima strada: richiedere un permesso formale alla National Environment Agency, con la

quale ero già in contatto, di un periodo temporaneo in cui mi si dava la possibilità di entrare negli *stalls*, per un'osservazione più ravvicinata e per provare alcune ricette destinate al consumo personale, ovviamente non soggette a vendita. Chiedevo, inoltre, al funzionario che si occupava della gestione del Dunman food centre, di contattare lui stesso gli *hawkers*, avvertendoli degli accordi presi con me, ricercatrice nell'ambito della cucina singaporiana, interessata alle ricette da loro preparate all'unico ed esclusivo scopo di uno scritto accademico personale, da condividere solo in ambito universitario. Prima di agire in questo senso, i tentativi per costruire un rapporto di fiducia senza l'intermediario di una figura formale, quale *gatekeeper*, sono stati diversi, con scarsi risultati ad eccezione di pochi lavoratori. Ritenendo necessario un confronto tra le ricette, i modi di preparazione, gli ingredienti e gli utensili utilizzati, il rapporto con lo spazio del chiosco prima e dell'intero mercato poi, era mio scopo quello di seguire molto minuziosamente, possibilmente "spalla a spalla", più di un *hawker*. Tra i venti chioschi attivi a Dunman, quattro *hawkers* si sono rivelati più disponibili e aperti, ma rimaneva sempre e comunque il limite fisico della soglia del chiosco a dividerci. A poco tempo dalla fine delle mie possibilità concrete di esperienza nel mercato, ho deciso così di tentare una via alternativa. In data 8 dicembre 2015, a due mesi dalla fine del campo, ho contattato via mail la National Environment Agency (NEA) nella figura del funzionario di riferimento più volte incontrato nel corso della ricerca. La spiegazione della mia richiesta di entrare nei chioschi riguardava l'importanza chiave, ai fini della buona riuscita del lavoro, di interagire anche fisicamente con lo spazio ristretto dei chioschi, di percepirne il caldo, i limiti,

la percezione dell'esterno e della clientela al di fuori, nonché la vicinanza alle pentole, agli utensili, agli ingredienti, poterli toccare e poter idealmente cucinare con gli *hawkers*:

My project is 70% based on the interaction with the physical space of the hawker centre, in this case of Dunman food centre, and with the people working, cleaning, eating, chatting inside it.

The last stage of my project includes also the observation of the practices which take place in each stall. However, many stall-holders told me that it is forbidden for people outside the stall to go in.

I understood that this is due to hygienic and security reasons. Yet, for my project would be really helpful to have the possibility to go more deeply in the observation and documentation of the cooking process.

So here I ask you whether is possible to have a written temporary permission from you, as NEA, to show the stall-holders, in order to let them know they are not going to have troubles because of me, that there is agreement between me and NEA.⁷⁵

Mi rendevo conto che si trattava di una richiesta ambiziosa, tuttavia ho provato un tentativo.

Dopo quasi tre settimane di attesa, inaspettatamente, la risposta che ho ricevuto è stata positiva:

We are agreeable to your request to carry out observation and take photos/videos within the stalls at Dunman food centre for your research project. Please note that you are not allowed to have any contact with the food prepared for sales.

⁷⁵ Estratto di un'email inviata a Huay Koon Tan, funzionario della National Environment Agency, 8 dicembre 2015.

Based on your earlier email, the stalls involved are #12, #14, #17 and #19. I'll be reminding the stallholders to comply with the hygiene requirements and maintain good practices at all times.⁷⁶

Come si deduce da queste parole, avevo da quel momento il permesso formale di entrare nei chioschi, tuttavia rimaneva l'impossibilità assoluta di entrare a contatto fisico con i cibi, di "mettere le mani" nell'*hawker food*. Le aspettative erano buone, ma la sensazione che ho provato, entrando al mercato i giorni dopo lo scambio con la National Environment Agency, era di scetticismo nei miei confronti. Inoltre, da un lato nessuno degli *hawkers*, ad eccezione di Steven dello *stall* 19, accennava al fatto di essere stato contattato dalla NEA (cosa che sapevo essere successa), e mi invitava a procedere nella mia osservazione. Dall'altro lato, sentivo di aver già invaso abbastanza la loro vita quotidiana da non voler essere la prima a chiedere nuovamente disponibilità e accoglienza nei loro spazi. La conseguenza fu, in alcuni casi, il mantenimento della dinamica precedente: un'osservazione dall'esterno, in alcuni casi appena oltre la soglia di entrata del chiosco, per pochi secondi di registrazioni audio o video (*stall* 12 e 14). Nel caso, invece, dello *stall* numero 17, Kim Seng, con il quale il rapporto era già stato altalenante, si rivelò contrario ad ogni ulteriore richiesta da parte mia. Percepivo l'essersi creato un muro tra di noi e la sua mancanza di serenità e fiducia nel parlarmi ancora del suo lavoro, nonché della sua storia personale. Grazie a questo episodio, ho avuto modo di

⁷⁶ Estratto di una email del 5 gennaio 2016, ricevuta da Huay koon Tan, funzionario della National Environment Agency.

riflettere sugli aspetti etici della ricerca sul campo. Nell'entrare in contatto con la vita delle persone, gli antropologi usano l'empatia e la partecipazione in prima persona, fisicamente e mentalmente, nelle attività della realtà che studiano. Nelle ricerche etnografiche il ricercatore non nasconde il suo posizionamento ma lo esplicita, offrendo una narrazione situata nella quale rende visibile il suo sguardo. La mia posizione all'interno del Dunman food centre è stata esplicitata fin dalle prime settimane di campo e, gradualmente, si è creato con alcune persone un rapporto di fiducia, nonostante la comprensione reale dei miei obiettivi di ricerca esistesse in soli pochi casi. Non solo, attraverso lo scambio con la National Environment Agency, la mia presenza era giustificata anche nei loro confronti, cosa necessaria per evitare controlli e sanzioni agli *hawkers* a causa della mia persona. La questione, nel suo aspetto più ampio, è come debba essere svolta l'attività di ricerca e quali limiti la ricerca stessa debba osservare. L'osservazione partecipante inaugurata da Bronisław Malinowski, senza partecipazione semplicemente non funziona, altrimenti saremmo spettatori, non etnografi. Un caso recente legato a questo tema, che ha creato scandalo non solo in ambito accademico, è stata la condanna inflitta a Roberta Chirolì, ex studentessa dell'università Cà Foscari di Venezia, accusata di aver partecipato alle manifestazioni No Tav nella Val di Susa, e di averne poi scritto in prima persona, usando il pronome "Noi", ammettendo, così, l'effettiva partecipazione. Chiaramente, si tratta di un caso completamente diverso ed estremamente più complicato della mia richiesta, legittima o meno, di entrare nei chioschi dei lavoratori degli *hawker centres*. Per quanto mi riguarda, alla domanda su dove dovessi tracciare i confini della

legittimità del mio lavoro, mi sono auto risposta che, senza il permesso di entrambe le parti: gli *hawkers* da un lato e la National Environment Agency dall'altro, avrei concluso la mia ricerca senza l'esperienza dell'entrata nei chioschi, spiegandone i motivi. Ritengo, quindi, dopo molti dubbi a riguardo, che il mio gesto non sia da considerarsi un errore, il quale ha causato la chiusura da parte di alcuni interlocutori, ma sia, invece, segno di una prima esperienza prolungata di campo, della volontà di andare a fondo nelle questioni, con a mente dei precisi obiettivi di ricerca, e allo stesso modo del tentativo di raggiungere quegli obiettivi, nel rispetto dello spazio personale altrui.

Data la risposta positiva di uno solo dei chioschi selezionati a questo scopo, già percepita prima del filtro della National Environment Agency, lo *stall* 19 di Steven Ng è diventato il chiosco di riferimento per osservare tutte le tecniche, i gesti, le pratiche della preparazione dei piatti e del lavoro all'interno di uno *stall* nella fase conclusiva della ricerca. Nei prossimi paragrafi presenterò la descrizione fisica del chiosco di Steven, unita al racconto della sua storia personale, come da lui condivisa nelle numerose conversazioni spontanee e interviste semi-strutturate che, in sei mesi di conoscenza, hanno permesso la nascita di una fiducia reciproca tra di noi. Infine, nella descrizione delle attività, dei gesti tecnici, della preparazione degli ingredienti e del piatto finale di questo lavoratore nella sua quotidianità, ritengo necessario citare alcuni tra gli autori presi in considerazione nei capitoli precedenti, e in particolare coloro che hanno discusso i temi principali dell'antropologia dello spazio e del cibo.

2. Steven, il suo chiosco e il Dunman food centre

Steven è un singaporiano di quarantanove anni, *hawker* da tutta la vita. Ha iniziato all'età di nove anni ad aiutare i suoi genitori, i quali possedevano uno *stall* nella strada di Dunman Road. Il Dunman food centre è stato costruito nel 1975. Prima di questa data, su entrambi i lati della strada c'erano una moltitudine variegata di chioschi e di *hawkers*. Per lo più baracche costruite con materiali semplici, legno, bambù e lamine di metallo. I chioschi si susseguivano uno accanto all'altro, coprendo lo spazio che oggi va dal semaforo tra Dunman Road e Joo Chiat Road e la fermata degli autobus che portano in centro città, circa seicento metri. Al posto del *food centre* e dall'altro lato della strada, dove oggi c'è una stazione di polizia, vi erano due *playgrounds*, aree dedicate allo svago dei bambini, con giochi e pavimenti di sabbia per attenuare le cadute. La mamma di Steven, che ancora oggi lavora quotidianamente al suo fianco, prese la licenza dell'attuale chiosco nel 1962. Negli anni precedenti, il nonno di Steven aveva ben quattro *stalls* in strada. Il costo di un *wanton mee*, il piatto che ancora oggi prepara, era di 30 *cents*. «Before, on the two sides of the street (Dunman Road) there was sea sands, two playgrounds. The coffeeshop was already there. My mum and my dad had their stall beside the coffeeshop, then they built the food centre and they moved where we are today» (Steven, conversazione annotata, 17 febbraio 2016). Prima di iniziare a vendere *wanton mee*, i suoi genitori vendevano *porridge*, e poi *fishball noodles*. Scelsero il *wanton mee* perché era un piatto più veloce da preparare e molto apprezzato dai singaporiani in ogni momento della giornata, dalla colazione alla cena, un piatto versatile. Il

figlio osservava dalla nascita i genitori cucinare in strada, e all'età di nove anni iniziò a contribuire anche lui: «I didn't just watch, at eleven/twelve years old I started cooking the fishball noodles, before I only cut the veggies, prepare the ingredients» (Steven, conversazione annotata, 14 dicembre 2015). Oggi Steven ha una moglie vietnamita e due figlie femmine. Insieme alla nonna, la mamma di Steven, vivono tutti insieme del lavoro al chiosco. Abitano a Bedok, il primo quartiere che s'incontra procedendo verso est da Joo Chiat. La volontà di Steven era di trovare casa vicino al mercato, ma i prezzi del quartiere di Joo Chiat, dove si trova il Dunman food centre, sono alti, data la particolarità dell'area. Così, ogni mattina, Steven sale sull'autobus che lo porta al lavoro. Il suo *business*, come usava dirmi, va abbastanza bene:

Last time our family very poor. One bowl (of noodles) was 70 cents/1 dollar. We were my parents, two brothers and two sisters, so the money were not enough to survive. Now it's been forty years, business is quite good. Now I got two HDB flats, and I sell wanton noodles, now it's ok, life is very satisfying, compared to others.⁷⁷

La figura principale del chiosco è lui, Steven. Accanto, la madre e la moglie contribuiscono molto, soprattutto nei weekends e negli orari più affollati. Nel passaggio dalla strada al Dunman food centre, nella metà degli anni '60 del Novecento, il lavoro di tutti i chioschi subì inevitabilmente delle variazioni. I costi aumentarono e i clienti, per ritrovare i gusti cui erano

⁷⁷ Intervista registrata in data 14 dicembre 2015. Si veda l'intervista completa in appendice.

abituati lungo le strade, dovevano recarsi all'interno dei nuovi edifici. L'attuale struttura del Dunman food centre, frutto della recente ristrutturazione del 2015, e di una precedente *renovation* nel 2003, è diversa da quella di allora. Gli *stalls* erano aperti, senza serrande, più pericoloso per la presenza di eventuali ladri, e i tavoli erano rotondi, mentre oggi sono rettangolari. In passato, inoltre, non esistevano i *cleaners*, e ogni *hawker* si doveva preoccupare anche della pulizia generale dell'area davanti al suo chiosco, recuperando le proprie stoviglie e pulendo i tavoli. Oggi, il pagamento di una retta mensile per permettere il lavoro dei *cleaners* è obbligatorio. Il *self-service*, metodo usato da molti *hawkers*, è stato un'altra conseguenza del cambiamento nel modo di lavorare. Con le spese in più causate dallo spostamento in uno stabile fisso dello Stato, i proprietari dei chioschi, che prima usavano servire ai tavoli oppure assumevano qualcuno per farlo, non possono più permettersi di pagare altre persone e, a causa del ritmo di lavoro elevato, non possono uscire dal chiosco per portare i piatti. Di conseguenza, il *self-service* è per molti sembrato una soluzione accettabile, soprattutto nelle ore di punta. Anche Steven lavora in questo modo. Davanti alla vetrina del suo chiosco, il numero 19 del Dunman food centre (fig.30), un cartello rosso su sfondo bianco con scritto SELF-SERVICE sotto e la traduzione in cinese sopra 自助服務 (pīnyīn: zìzhù fúwù). All'entrata del chiosco, sulla destra ci sono il banco e la vetrina. Sul banco, a disposizione dei clienti, un mobiletto dove trovare bacchette, cucchiari e forchette. Appesi alla vetrina, un foglio di un articolo di giornale riguardo i cinque migliori chioschi del mercato, tra

cui proprio il numero 19, e un *Certificate of Award for the Fine Culinary Skill*. Al centro, ben visibile, il prezzo del piatto 3.00/3.50 dollari singaporiani. In alto, un cartello scritto sia in mandarino sia in inglese con le *business hours* e il giorno di chiusura, il giovedì. Sulla destra, la targa “B” per la pulizia del chiosco. Sotto la vetrina, un frigo di alluminio dove è tenuta la carne di maiale da mettere nei *wanton*, spesso già condita e lasciata lì all’uso quando necessario, e il tè freddo della mamma di Steven, che di volta in volta lo tira fuori per berne un sorso fresco. Sull’insegna in alto, scritta in rosso e blu su sfondo bianco, illuminata quando il chiosco è attivo, il nome “Dunman Road Char Siew Wan Ton Mee”. Il numero 19 è appeso sul lato sinistro dell’entrata. All’interno del chiosco, gli spazi sono precisamente divisi nonostante il limite fisico di soli due metri quadrati. Sulla sinistra, un mobile in alluminio con degli scaffali. Sugli scaffali: terrine, pentole, buste con utensili, e, nello scaffale ad altezza uomo, gli ingredienti aggiuntivi che il cliente può prendere autonomamente: pezzi di *pork fat* croccanti, salsa al peperoncino e salsa ketchup. Nell’angolo sinistro il lavandino, dove vengono lavate le stoviglie, le verdure, gli utensili e i secchi utilizzati. Alla destra del lavandino, un piano di lavoro dove si affilano i coltelli, si tagliano le verdure e si condisce la carne dei *wanton* in una grande terrina d’acciaio. Nella parete posteriore si trova un ulteriore scaffale, con altre terrine, e le ciotole e i piatti per i clienti, di colore verde, lo stesso colore delle bacchette. Sulla destra, la zona dei fuochi. Uno in basso, un fornello a gas di grande diametro, dove ogni mattina Steven cuoce il grande pentolone di grasso di maiale. L’altro ad altezza uomo, incluso in un mobile dove in basso vi è il fornello a gas, e sopra è posizionata

una sorta di pentola fissa divisa in due lati, piena di acqua che bolle costantemente durante tutto il servizio, pronta all'uso per bollire i *noodles* e i *wanton*. Dietro la vetrina, internamente, il piano di lavoro dove Steven assembla il piatto aggiungendo, ai *noodles* e ai *wanton*, verdure bollite, pezzi di carne affumicata e la sua famosa salsa piccante, tutti questi ingredienti posizionati nel primo ripiano della vetrina. Nel secondo ripiano, invece, sempre verso l'interno, i *noodles* pronti all'uso coperti da un panno umido, per evitare che si disidratino. Il chiosco numero 19 di Steven si trova al centro del lato posteriore del *food centre*, nel piano superiore. Questa postazione nel mercato è piuttosto vantaggiosa. Non solo la posizione centrale fa saltare subito all'occhio l'insegna bianca illuminata, che predomina sulle altre, ma anche il punto in cui si trova è esattamente di fronte al buco centrale del mercato, dove si crea la "terrazza" che dà sul piano inferiore. Lo *stall* 19 è visibile, perciò, anche dalla parte anteriore del piano superiore, quello dove i clienti nuovi si recano solitamente per primi, poiché subito alla destra dell'entrata.

Al Dunman food centre, Steven è il primo del piano superiore ad arrivare presto al mattino, il primo ad aprire la serranda e il primo a servire i clienti. Molto del successo del suo chiosco si deve anche a questo: i clienti della mattina presto e dell'ora di pranzo sanno di poter trovare sempre un piatto di *wanton mee*, anche quando tutti gli altri chioschi si stanno ancora preparando a servire. In poche parole, i primi clienti della giornata sono di Steven. Molti sono diventati in questo modo clienti fissi, poiché in direzione del lavoro o della scuola, nelle prime ore della giornata, sanno che quel chiosco è aperto e, volendo andare sul sicuro,

hanno eliminato altre opzioni meno certe. A questo si aggiunge la qualità e il successo dei *noodles* di Steven, di cui parlerò più avanti (cfr. paragrafo 4). Steven conosce bene gli altri chioschi, il loro lavoro e gli altri *hawkers*. Nel parlare con lui ho ottenuto molte informazioni riguardo gli altri componenti del mercato. Non solo, nelle nostre conversazioni spaziavamo dal cibo di Singapore a quello vietnamita, da lui conosciuto perché la moglie proviene da lì, dagli *hawker centres* al confusionario *street food* del Vietnam, parlavamo del cibo cinese, del cibo di Hong Kong e molto altro. Ovviamente, passando la maggior parte del suo tempo dentro la struttura del mercato e le pareti del chiosco, e poichè quando parlavamo ci trovavamo fisicamente in quel luogo, molti racconti riguardavano la vita nel mercato e il cibo *hawker*. Tramite Steven ho saputo che i chioschi più vecchi di Dunman sono il numero 14, di Lim Khai e il numero 11 del piano inferiore, che serve *duck rice*: «they are also the best. Rojak is the best, but is very slow! Duck rice also good but they are not very nice. It's a family business. They are dad, wife and two sons. One son is nice, the other not so nice» (Conversazione con Steven, 11 gennaio 2016). Nel parlare con Steven ho gradualmente colto la sua visione del lavoro di *hawker*, da un lato dal modo in cui mi parlava del suo lavoro, dall'altro da come giudicava quello degli altri, e dalla sua opinione riguardo le regole non dette per essere un buon *hawker*, imparate solo grazie all'esperienza:

The prices are managed by the NEA, but just in the sense that they have to be low, so that everyone can afford. But the real price is up to the hawker. But of course if you sell a bowl for 6 dollars the customer won't support you. Food court, with air

conditioning, have higher prices. One bowl 4/5 dollars, because the rent is 400/500 dollars. Hawker centres, first generation licensed stalls like mine, rent is 200 dollars.

In the food centre there's a lot of competition. For example downstairs there is another wanton mee: the customers don't like his attitude [of the hawker]. He calls the customer whistling [fischando] like they are dogs! So sometimes they take duck rice or teochew porridge downstairs, then they come to me to have wanton mee and they complain with me about the wanton mee man downstairs. So they choose me instead. [...] Being a hawker is not just about cooking. It's also the relationship with the customer. You have to use good attitude. Otherwise, even if the food is good, is the best, they won't support you.⁷⁸

Inoltre, dopo oltre quarant'anni di lavoro come *hawker*, Steven ha le idee chiarissime sulle ricette singaporiane, sul loro successo e sui gusti degli abitanti dell'isola-stato. La sua personale lista dei «most popular dishes in Singapore» è la seguente: «first position fishball noodles, second both wanton mee and chicken rice, third bak chor mee⁷⁹ and fourth is prawn mee soup». E riguardo cosa rende speciale un piatto dice:

Every dish is one recipe but many variations. For my wanton mee, for me special are the wanton and the chilli sauce, for others the noodles. You have to use fresh and trustable ingredients. For my recipe, it's all about the pork. Mine are from Indonesia. Before were from Australia but they got a virus. So if I sell pork from

⁷⁸Conversazione con Steven, annotata in data 19 febbraio 2016.

⁷⁹ Il *bak chor mee* o *mee pok* (malese) o *minced meat noodles* in inglese, è un piatto di *noodles* fatti con le uova, simili alle nostre tagliatelle, dal colore giallo e dallo spessore variante, conditi con carne. Il piatto è di origine *teochew*, uno dei gruppi dialettici cinesi presenti a Singapore, e si trova comunemente nei paesi del sud della Cina, a Singapore, in Malesia e in Thailandia. Il piatto può essere servito asciutto, in una salsa densa, o come zuppa. La carne macinata e le verdure a pezzetti (cipollotti freschi) sono aggiunte sopra. La salsa, l'elemento più importante del piatto, consiste di cinque ingredienti: peperoncino, olio, aceto, salsa di soia e pepe nero. L'olio di condimento è solitamente olio di grasso di maiale, che assicura una consistenza morbida e elastica agli spaghetti.

Australia now, people don't eat. If you use good quality, the customers will pay you back. Singaporeans are experts about fresh or not fresh food and ingredients. They want quality and once they find it, they will tell the family, the friends, they will introduce the good stalls to the others.⁸⁰

La rappresentazione che Steven mi ha offerto del suo chiosco e del mercato Dunman food centre, un giorno in cui gli chiesi che significato avessero per lui, arrivò senza alcuna esitazione, in una risposta veloce e diretta: «It's my life, lah⁸¹! It's my income, my family! At nine years old I was already here!» (Conversazione annotata, 17 febbraio 2016). E riguardo al futuro parla delle sue figlie, due femmine, dice che spera per loro in una buona educazione, che con il suo lavoro e le sue fatiche vuole fare di tutto perché possano istruirsi. L'idea che portino avanti il lavoro del padre, che siano anch'esse *hawkers* un giorno, non la prende in considerazione: «If they were boys ok, but one day they might get married and so on... Today young people got higher education, they don't want to work in the hawker centres, I also won't alloud my daughters.» (Conversazione con Steven, 11 gennaio 2016).

La dinamica che gradualmente si è instaurata nel rapporto tra me e Steven, diventato nel tempo il mio interlocutore privilegiato, è iniziata come uno scambio di informazioni casuali, conversazioni non programmate ma spontanee, svolte il più delle volte tra il suo chiosco e i tavoli adiacenti dove, nelle prime ore della mattina, Steven e sua madre si sedevano per preparare gli ingredienti o prendevano un attimo di respiro dal caldo del chiosco

⁸⁰ Conversazione con Steven, annotata in data 11 gennaio 2016.

⁸¹ Particella di fine frase usata in *singlish* con significati diversi. In questo caso con accezione di enfasi alla frase.

seduti sotto i ventilatori. Io, seduta accanto a loro, seguivo con gli occhi la preparazione, mentre con le orecchie ascoltavo le loro parole e annusavo il profumo dell'impasto fresco dei *wanton* e l'odore della carne cruda che, con un gesto veloce ed esperto, inserivano ad uno ad uno nei dischi di pasta. Conversavamo prima, durante e dopo le pratiche giornaliere, e spesso venivamo interrotti dai clienti che arrivavano per ordinare. Steven, tuttavia, molte volte continuava a parlarmi anche da dentro il chiosco, ad alta voce, e quando qualcuno gli chiedeva di me, spiegava lui stesso della mia ricerca. Nella brevissima pausa pranzo o quando si fermava per uno spuntino, continuava a parlarmi, masticando con il cibo in bocca. Se arrivava un cliente non se ne preoccupava particolarmente, finiva il suo boccone, concludeva la frase che mi stava dicendo, e poi preparava il piatto. Essendo un fumatore, quando la situazione era tranquilla, faceva qualche tiro nel chiosco, o seduto al tavolo mentre mi parlava, nascondendo la sigaretta tra le mani e aguzzando lo sguardo ogni volta che arrivava qualcuno (era possibile fumare solo nella zona fumatori). Il suo modo di parlare era molto veloce e articolato. Steven parlava *singlish*, capivo un 98 per cento, e a volte bastava chiedergli di ripetere un concetto e ci capivamo. Molte conversazioni con i suoi clienti sono avvenute grazie a Steven stesso, il quale presentava me e la mia ricerca. Negli ultimi due mesi i nostri incontri e le nostre chiacchierate sono diventate a cadenza quotidiana, passavo le mie giornate tra il chiosco 19 e i tavoli davanti ad esso, con Steven, la mamma, la moglie, e talvolta con le loro bambine, una di cinque e l'altra di tre anni, che passavano qualche ora al mercato soprattutto nei *weekends*, quando la mamma e la nonna davano una mano a Steven.

Come ricompensa per la loro estrema disponibilità e in segno di gratitudine, condividevo con loro i *drinks*, li ordinavo per loro e glieli portavo al chiosco, talvolta compravo qualche dolce in regalo e quasi sempre, prima di andare via dal mercato, ordinavo un *wanton mee take-away*. Inoltre, ho introdotto il chiosco di Steven ai mie coinquilini e ai miei amici singaporiani, portandoli spesso a cena al mercato. Il nostro è diventato un rapporto di amicizia, in cui questi scambi erano vissuti in modo naturale, non forzato, e i giorni prima della partenza sembrava loro strano che da un giorno all'altro non mi sarei più presentata. La richiesta, da parte di Steven e della moglie, di tenerci in contatto e di fare avere una copia del mio lavoro ultimato è stata per me più importante di qualsiasi dato di tipo pratico riguardo il generico lavoro dell'*hawker*. In questa ricerca ho sì imparato in cosa consiste il lavoro di un *hawker*, ma ho soprattutto conosciuto l'*hawker* Steven e avuto il privilegio di stare a stretto contatto con la sua vita quotidiana.

3. Azioni quotidiane, pratiche e gesti tecnici

Nel problematizzare il concetto di soggettività in antropologia, ho in precedenza evidenziato il percorso che ha portato alla conclusione della fondamentale importanza del contesto al fine di ricavare una descrizione densa (la *thickness* di Geertz) del pensiero culturale. Per pensiero culturale intendo tutte le attività, le abilità, le impostazioni sensoriali e la percezione del luogo che le persone hanno incorporato in sé mediante la relazione continuativa e ripetitiva con lo spazio e gli oggetti in cui si muovono. In questa definizione

sottolineo il ruolo centrale che il rapporto tra l'uomo e i luoghi ha nello studio di una determinata situazione sociale. Nel caso da me preso in considerazione, i movimenti che quotidianamente vengono messi in atto dagli *hawkers* nelle operazioni di apertura, nel preparare gli ingredienti, nel conoscere e realizzare concretamente le ricette, nel sapersi rapportare con i clienti e nella collaborazione con gli altri lavoratori, sono ciò che caratterizza i loro modi di essere, la loro identità. L'identità, di cui la percezione sensoriale, i gusti, i modi di mangiare e i modi di interagire con gli spazi quotidiani sono parte, si produce e riproduce in continuazione, in stretto rapporto con l'esperienza vissuta. Ciò a cui siamo esposti fin da neonati causa un processo di naturalizzazione a una gamma di elementi, nel processo di costruzione sociale e identitaria chiamato antropopoesi, mediante il quale l'essere umano diventa persona attraverso la plasmazione continua del corpo naturalizzato. Così come Le Breton considera il gusto: «il senso della percezione dei sapori, ma (che) risponde a una sensibilità particolare segnata dall'appartenenza sociale e culturale e dal modo in cui ogni singolo individuo vi si adatta a seconda dei specifici eventi della sua storia» (2006:351), così anche il sapersi muoversi abilmente negli spazi che caratterizzano la vita quotidiana di ognuno è nient'altro che il risultato di un processo di esposizione ed esperienza prolungate. Nella quotidianità si mettono in pratica delle abilità, dei gesti e delle conoscenze, si mette in pratica ciò che costituisce la propria identità, si pratica continuamente l'identità "in atto". La mia intenzione, fatte queste premesse, è perciò di ricondurre alla prospettiva dell'attore sociale la problematica dell'idea di identità, discutendola attraverso le dinamiche pratiche e le

rappresentazioni simboliche da me riconosciute all'interno degli *hawker centres*, del Dunman food centre e, più specificatamente in questo paragrafo, del chiosco 19 di Steven Ng.

Ogni giorno, da oltre vent'anni, Steven si sveglia per recarsi al suo chiosco nell'*hawker centre* Dunman food centre. Alle 7.00 è già al mercato, e fin da subito comincia a impostare la sua giornata. Davanti al suo *stall* trova le buste che contengono la carne di maiale per il ripieno dei *wanton*, le ossa di maiale per fare la zuppa e il grasso di maiale per ricavare l'olio di condimento della ricetta, portati alle 5.00 dai fornitori. Se riesce, prima di giungere al mercato, si ferma a comprare le verdure, altrimenti le porterà sua mamma, quando sulle 10.00 arriverà ad aiutare, appena prima dell'affollata ora di pranzo. L'inizio della giornata lavorativa inizia con l'apertura della serranda dello *stall* e dalla sistemazione dello spazio per cominciare. Se ci sono stoviglie rimaste nel lavandino, Steven le lava. Dopodichè, si occupa dei sei chili giornalieri di grasso di maiale, bianchi e lucidi, mettendoli sul fuoco in un pentolone grande dalle pareti alte. Quando i pezzi cominciano a scaldarsi e a fare il classico rumore dell'olio a contatto col calore, con il mestolo li schiaccia per far uscire bene tutti i liquidi. Lo scopo è di farli diventare croccanti senza bruciarli. Perciò, quando l'olio inizia a friggere, Steven abbassa la fiamma e gira continuamente con il mestolo. Per capire quando sono pronti osserva il cambiamento di colore: da bianco-rosaceo, la carne diviene scura, marrone e i pezzi salgono a galla nel liquido oleoso, circa mezzora di tempo. Mentre il grasso di maiale frigge, Steven inizia a tagliare, su un grande tagliere di legno posto sul banco e con un coltello dalla grande lama rettangolare, pezzi di maiale affumicato, prodotto

comprato già pronto. Un po' taglia, un po' controlla il pentolone, e mentre fa entrambe le cose, parla con me, spesso guardandomi negli occhi, addirittura mentre taglia velocemente il pezzo di carne in fette sottili. Da questo e altri gesti svolti con totale disinvoltura ma in piena consapevolezza dell'azione compiuta, si percepisce l'esperienza di Steven. Riporto di seguito un breve estratto di un'intervista strutturata:

Claudia: Do you think while preparing your wanton mee?

Steven: No, I don't think anymore, I do this, then I do that. I do it almost automatically.

Claudia: Do you feel you're better now than the beginning?

Steven: Of course! Now faster! If slow, the customers wouldn't come! Every day are all the same. [...] I've got the timing in my mind. Actually for me, when I cook, when they order, the first thing I would throw the wanton inside the boiling water, then I put the soy sauce, I put the oil, I throw the mee (noodles), mum prepares the soup, then I wait about sometime. In my heart I know when they're ready. [...] Because when I put the noodles, then the soup, then talk the customers, then noodles is cooked, sometime will be hard, sometime will be softer so I know the noodles inside. Because noodles sometime they come very good, some time not so good, because it depends on the inside noodles' ingredients, they import them from other countries, depending on the weather. [...] Now it's raining, so the ingredient not so good, the veggies also not so good, because of the rain. [...] All this it's called experience. I started follow my mother cooking, nine years old I already help my father mother, I din't just watch. Eleven/twelve years old I started cooking the fishball noodles.⁸²

⁸² Estratto d'intervista registrata in data 14 dicembre 2015. Si veda l'intervista completa in appendice.

Steven e la spiegazione dei suoi compiti all'interno del suo chiosco e del Dunman food centre mi hanno permesso di riflettere sul tema della trasmissione delle pratiche, che racchiude interessanti considerazioni. Nel momento in cui si richiede la spiegazione di una pratica, gli interlocutori rispondono in maniera diversa, decidendo loro come, in base al carattere, alla propria abilità esplicativa, alla loro voglia di raccontare, al tempo che possono dedicarci. Nel caso di Steven, la sua grande disponibilità mi ha permesso di vedere ogni minimo passaggio della sua giornata lavorativa, dall'apertura mattutina alla chiusura serale. Nonostante la sequenza sia sempre la stessa, ormai *embodied* (Ingold), mi è stata explicata in una maniera che la rende non automatizzata. Per ogni passaggio c'è una spiegazione, di cui Steven è pienamente consapevole e in grado di illustrare a parole. Questa sua conoscenza acquisita è stata il frutto dell'osservazione della pratica esperta nel contesto in cui si svolge, del suo coinvolgimento, fin da bambino, nel lavoro di *hawker*. Tuttavia, per raggiungere la destrezza esperta non è sufficiente osservare ma occorre sottoporsi anche a ripetute prove pratiche. Qualunque apprendista, quale Steven è stato all'inizio del suo lavoro, «[...]», non acquisisce “cultura”, [...], ma piuttosto si imbarca nel processo che l'antropologa Jean Lave ha chiamato ‘comprensione nella pratica’» (Lave, 1990 in Ingold, 2001: 76). Abilità tecniche e saperi sono entrambi conoscenze esperte, che si acquisiscono mediante la trasmissione, con l'insegnamento, quindi, da parte di chi ha svolto lo stesso compito in precedenza, ma anche e soprattutto con l'osservazione, l'imitazione e la pratica costante. Le abilità tecniche, nell'accezione di Tim Ingold, «non sono delle tecniche del corpo individuale,[...]. Esse sono

proprietà dell'intero sistema di relazioni costituito dalla presenza dell'agente in un ambiente riccamente strutturato» (2001:150). Nel processo di trasmissione delle abilità, e quindi nella loro presenza e permanenza in una «comunità di pratiche» (Wenger, 2006): «ciò che ciascuna generazione trasmette alla successiva non è un corpus di progetti e disegni, [...], ma degli specifici contesti di sviluppo in cui gli apprendisti, attraverso la pratica e l'addestramento, acquisiscono e affinano le proprie capacità di azione e percezione» (Ingold, 2001:151). Ingold discute dettagliatamente i modi in cui il corpo legge la struttura dello spazio in cui si muove e la assorbe, facendo organicamente proprie quelle strutture. Lo spazio viene incorporato e performato inconsapevolmente, permettendo alle comunità di ambientarsi nelle condizioni migliori per vivere in determinati luoghi, interagendo costantemente con essi. Gli spazi, i tempi e i movimenti di Steven sono agiti in modo sicuro, con destrezza e velocità, egli li ha fatti propri nel tempo, e li concretizza ogni giorno. Questi gesti e queste pratiche esperte rappresentano l'identità di Steven, e fanno parte, in generale, del processo di etnogenesi di cui parla Ugo Fabietti, ovvero il modo in cui i gruppi costruiscono la propria identità, condividendo un insieme di pratiche culturali e la memoria condivisa di queste e altri elementi (la lingua, la storia, il territorio). In questo senso l'identità è percepita concretamente dagli attori sociali. La mia volontà di stare a contatto fisico con queste pratiche, di poterle svolgere in prima persona, a spalla a spalla con gli *hakwers*, aveva lo scopo di percepire come l'esposizione costante, l'osservazione, l'ascoltare le indicazioni esperte e i tentativi pratici potessero rendere in minima parte anche la sottoscritta capace di riprodurre quei gesti,

interagendo con uno spazio e delle dinamiche da tempo ben organizzate. Intendevo osservare la natura localizzata dell'interazione sociale, giungere alla comprensione più vicina dei significati emici senza limitarmi all'osservazione e al linguaggio, ma praticandoli insieme: «non basta 'essere là, bisogna 'agire-con» (Malighetti, Molinari, 2016:195). Questo aspetto metodologico da me previsto non c'è stato, tuttavia, nell'esposizione costante agli spazi, alle persone, ai tempi e all'atmosfera del mercato, ho potuto osservare e ricavare ugualmente molti altri elementi rilevanti sul piano analitico.

Proseguendo con le operazioni di apertura di Steven, la sua mattinata continua con il lavaggio delle verdure, una sorta di bietta dal colore verde scuro. Queste sono tagliate in pezzetti piccoli e fatte bollire per pochi minuti, e vengono servite a lato dei *noodles*, come elemento per equilibrarne il sapore salato e oleoso. Uno dei vanti di Steven è di utilizzare al cento per cento olio ricavato dal grasso di maiale. Altri *hawkers* che preparano *wanton mee*, spiega, aggiungono una parte di altri olii, di semi o di palma, prodotti più economici, e ancora: «someone add water, pork fat will be crispier, but I don't, I only use oil from the best pork fat from Indonesia» (conversazione annotata, 19 febbraio 2016). Nuovamente si evidenzia come, nonostante la ricetta sia una, nel metterla in pratica individualmente ogni *hawker* aggiunga delle caratteristiche personali, delle variazioni specifiche. La *performance* è per definizione sempre creativa e diversa, indissolubilmente legata al contesto in cui avviene. “Performare” significa modificare costantemente, mediante l'intenzionalità dell'individuo (l'*agency* di Bourdieu, 1972), creando di volta in volta reti di significati diversi, sia nel

rapporto con gli altri sia con le componenti ambientali. Le componenti individuali dell'interazione (gli *habitus* di Bourdieu, 1972), trasformano il sistema sociale a partire dalle azioni.

Il *fried pork* è pronto. L'ultimo passaggio consiste nell'aggiungere un cucchiaino di salsa di soia, dando un'ultima mescolata. Poi, tutti i pezzi vengono rovesciati su un foglio di carta assorbente, separati l'uno dall'altro e lasciati raffreddare. Il pentolone pieno di olio bollente è anch'esso messo a raffreddare, posizionato accanto al tavolo davanti allo *stall*. Dopo questa operazione, tutta l'area del mercato adiacente si impregna dell'odore penetrante di olio fritto, bollente e fumante da dentro la pentola. La seconda preparazione della giornata è la zuppa di accompagnamento ai *noodles*. Steven mette le ossa di maiale in una pentola piena d'acqua, insieme a cipollotto tagliato, e le lascia bollire a lungo sul fuoco. Una volta che l'olio e i pezzi di grasso si sono raffreddati, li sistema in dei contenitori pronti sul banco, insieme alle verdure cotte e alla zuppa, che rimane pronta nel pentolone caldo nel lato posteriore del chiosco. I vari condimenti, già preparati in precedenza e tenuti nel frigo, sono anch'essi tirati fuori e sistemati in piccole ciotole, pronti all'uso. Tra questi, peperoncini verdi freschi tagliati a pezzetti e conditi in un liquido di aceto e zucchero, e la famosa salsa piccante di Steven, che orgogliosamente prepara a casa ogni settimana, nel suo giorno di chiusura il giovedì. Per rinvenirla dopo averla tenuta in frigo aggiunge un mestolo di acqua calda e mescola, rendendola nuovamente densa e corposa. In ultima fase, pulisce tutto il banco, lava i coltelli, i taglieri e le pentole utilizzate e si prepara, con l'acqua dei *noodles* già

bollente, a servire i primi clienti, ma solo dopo aver acceso la luce dell'insegna, segno che lo *stall* è aperto al servizio.

4. *Char siew wanton mee: la ricetta* (fig. 30)

Con la volontà di andare a fondo in questa etnografia del cibo che mi ha portato a esplorare le ricette e le preparazioni degli *hawkers* singaporiani, presento in questo ultimo paragrafo il prodotto finale di un intreccio di produttori, fornitori, ingredienti, preparazioni e *performances*: il piatto *wanton mee*, la ricetta che identifica Steven dello *stall* 19, il quale viene chiamato anche il *wanton mee man*, dai clienti e dagli altri lavoratori del Dunman food centre. Ispirata da modelli che procedono non per vie generali ma secondo i dettagli concreti della quotidianità (Franceschi, Peveri, 2013) e volendo dare forma dell'esperienza sensoriale vissuta nelle riscritture del gusto attraverso il gusto della riscrittura (Zelda, Preveri, 2013), continuerò con la dettagliata descrizione del piatto, nella fase finale della sua preparazione e della vendita ai clienti. Come ben annunciato dalle studiose della scuola bolognese Franceschi Zelda Alice e Valentina Peveri, nel presentare i propri studi sul cibo in *Pop Food, Il cibo dell'etnografia* (2013): «la lente di ingrandimento [...] non è puntata sulla rassegna sistematica della letteratura, ma sul contenuto empirico del campo etnografico. [...] Visioni dal backstage, impastate di “sporco realismo” (Macbeth, MacClancy, 2004:9)». Avendo ampiamente affrontato l'ambito teorico (cfr. capitolo II), e discutendo questioni quali l'identità e l'autenticità attraverso lo spazio, il cibo e i sensi, in questi due ultimi capitoli

etnografici ho dato spazio al racconto vivido e pulsante di realtà, come fotogrammi accostati per darne un'idea concreta, per trasmetterla al lettore, e mi appresto a concludere con le ultime immagini, che chiudono l'intero lavoro con la descrizione degli ultimi momenti della giornata di Steven, fino a quando, dopo un'intera giornata, abbassa la serranda del suo chiosco.

La combinazione di *noodles* e *wanton* è una tipologia di ricetta di origini cinesi, ritrovata ancor'oggi in tutte le regioni della Repubblica Popolare. La versione di Singapore deriva dalla stessa ricetta cinese, con alcune variazioni che la rendono unica degli *hawker centres* dell'isola. Per quanto riguarda il nome, *wanton mee*, "mee" è la parola *hokkien* che significa *noodles*. L'*hokkien* è il dialetto parlato in passato nelle regioni del sud della Cina, ormai quasi sconosciuto nel paese di origine ma ampiamente parlato tra le comunità etniche cinesi del Sud-est asiatico, al punto che se si chiede un *wanton mee* a Pechino si risulta incomprensibili. La ricetta originaria prevede che i *noodles* siano fatti con le uova, quindi gialli nel colore, e che siano *flat*, piatti, simili alle tagliatelle. Inoltre, devono essere cotti al dente per mantenere una consistenza elastica. Se da un lato molti chioschi usano *noodles* già preparati da fabbriche specializzate, quelli considerati i migliori a Singapore preparano ancora i loro *mee* freschi ogni giorno. I *wanton* sono ripieni con un mix di gamberetti, carne di maiale tritata e funghi. Nella versione singaporiana è solitamente usata solo la carne di maiale, insaporita con cipollotto, spezie e condimenti. La versione originale, prevede che i *wanton* siano bolliti nell'acqua della zuppa di accompagnamento, ma talvolta sono anche

fritti, è il piatto diventa più sfizioso. Per rendere questo piatto un pasto bilanciato, ai *noodles* e ai *wanton* vengono aggiunti pezzi di *char siew*, maiale affumicato, e una verdura a foglia verde chiamata *kai lan*, (cinese 芥蓝), della famiglia dei broccoli. Originariamente non pensato come un piatto piccante, per soddisfare il palato dei singaporiani la versione locale di *wanton mee* è servita insieme a peperoncini freschi sottaceto e salsa di peperoncino a lato. Nell'ordinare questo piatto negli *hawker centres* ci sono due opzioni: *soup* (zuppa) o *dry* (asciutto). La versione in zuppa è servita in un'unica ciotola con tutti gli ingredienti uniti in un brodo di ossa di maiale, cipollotto fresco e condimenti. Nella versione asciutta, i *noodles*, il maiale affumicato e la verdura sono serviti in un piatto e il brodo e i *wanton* in una ciotola separata. Questo piatto è detto uno *staple food*, un piatto base della cucina singaporiana, e nessun *hawker centres* è considerato completo senza un chiosco di *wanton mee*. Un cliente di Steven, di nome Dave, mi spiegò che si tratta di un piatto da consumare in qualunque momento della giornata, a colazione, a pranzo o a cena, e che esistono diversi modi di prepararlo: «different styles of making wanton mee, and everyone has his one favourite» (conversazione annotata con Dave, cliente di Steven, 11 dicembre 2015). Secondo Dave la ricetta si basa su cinque elementi fondamentali: «the chilli sauce, the texture of the noodles, the wanton: their size, their skin and their inside, and the soup». Inoltre, mi spiega che i pezzetti di maiale fritto croccanti, da aggiungere a discrezione del cliente e posti sul banco del chiosco di Steven, sono stati bannati dalla nuova *healthy food policy* con cui il governo

promuove uno stile di vita sano, ma che Dave ritiene: «once in a while it's ok!» Un amico di Dave, al suo fianco il giorno in cui abbiamo parlato, dice di preferire evitare sia il maiale fritto sia la zuppa, poiché è risaputo che alcuni *hawkers* aggiungono nel brodo MSG, monosodio glutammato, un innalzatore di sapore chimico che si presenta in polvere e si aggiunge per intensificare il naturale sapore della carne, non propriamente salutare se assunto costantemente. Le preferenze in ambito alimentare, come quelle di Dave e del suo amico, sono legate ai significati personali che ognuno imprime nei cibi. Il piatto ha un significato per chi lo consuma. Anche se il mangiare è un automatismo derivante da bisogni biologici, non è mai privo di significati ma frutto di una storia, richiamo di memorie e portatore di significato. Non si mangiano semplicemente i *noodles*, ma “si mangiano” le proprie abitudini, le proprie scelte, le memorie e la propria identità personale. Estendendo questo discorso alla cucina di un paese, l'identità nazionale.

Il cibo è al tempo stesso una necessità biologica di base e uno dei più sensibili indici di differenza e cambiamento. Gli esseri umani investono le loro scelte di consumo di significati a proposito di chi sono e di ciò in cui credono, al punto tale che le qualità sensoriali del cibo possono essere concepite come forme incarnate di distinzione sociale.

(Franceschi, Peveri, 2013: 12)

Queste forme incarnate di distinzione sociale possono essere accostate agli *habitus* di cui Pierre Bourdieu parla in relazione alle scelte culinarie. Bourdieu, ne *La Distinzione* (1979), si

concentra sulle modalità in cui le rappresentazioni del gusto individuale sono strettamente correlate alla stratificazione sociale, riprendendo il concetto di *habitus* nella ricerca dei principi che regolano le preferenze culturali di ogni gruppo. La conclusione del sociologo è che le scelte nel campo del cibo, al pari di altri aspetti della vita sociale, sono fortemente condizionate dal contesto d'origine. Inoltre, ciò che rende il cibo un elemento identitario è il suo rapporto con la memoria. Si guarda al mangiare come «pratica incarnata» e all'antropologia del cibo come «antropologia proustiana», poiché, allo stesso modo in cui Proust descrive i ricordi scaturiti dall'assaggio di una *madeline*, il cibo ha il potere di risvegliare memorie sedimentate grazie al suo essere un «oggetto sensoriale totale» (Le Breton 2006:335), che porta sinestetica presenza di sensazioni e ricordi, e scatena reazioni, non solo fisiche ma anche mentali, ad ogni boccone. Mangiare piccante in una regione tropicale quale il Sud-est asiatico può, a prima vista, sembrare una sfida. Tuttavia, il sudore provocato da una mangiata di *noodles* conditi con una salsa piccante rossa come il fuoco, fa sì che la temperatura del corpo si abbassi notevolmente, provocando quasi una sensazione di fresco e di brividi, quest'ultima da me più volte sperimentata con estremo stupore. La consapevolezza del potenziale dei cibi, delle loro caratteristiche e della loro portata nutritiva, è creata nel corso del tempo e condivisa dai gruppi quale sorta di regola comunemente accettata, si assapora il «valore del cibo come mezzo, talvolta come messaggio, [...] come forma meravigliosamente plastica di rappresentazione collettiva» (Franceschi, Peveri, 2013:12). Mangiare è, quindi, un gesto ripetitivo e naturale, ma allo stesso tempo pieno di

senso, creatore di memorie, e simbolo di appartenenza. Da un lato è il frutto dell'unione di modelli tramandati, creatività e tecnica, dall'altro è un «peculiar powerful semiotic device» (Appadurai 1981: 494). In questo senso si parla del cibo come di un'esperienza culturale, accostandolo ad altri elementi marcatori d'identità: «esattamente come il linguaggio, la cucina contiene ed esprime la cultura di chi la pratica, è depositaria delle tradizioni e dell'identità di gruppo» (Montanari 2002, p. VII). Il chiosco di Steven, servendo un piatto a base di carne di maiale, non ha clienti musulmani, eliminando una larga fetta della popolazione singaporiana e del quartiere di Joo Chiat dalla possibilità di divenirne clienti. Di questo si tratta l'«eticizzazione» dei cibi discussa precedentemente nelle parole di Chua Beng Huat e Ananda Rajah (2001). Così come nelle carte d'identità degli abitanti è precisata la «razza» di appartenenza, così nei chioschi degli *hawker centres* è specificato il tipo di cucina, stratificando la clientela in base all'offerta. Questa multiculturalità espressa anche «nel piatto» è riconosciuta dai singaporiani quale caratteristica legata alla loro storia e, data la grande varietà di cibi disponibili, è in grado di soddisfare ogni palato dell'isola.

Descritti i passaggi della preparazione degli ingredienti e presentate le caratteristiche generali del *wanton mee*, descrivo ora il procedimento di assemblaggio finale da parte di Steven, nel momento in cui i clienti ordinano una porzione del piatto. In base a quanti ordini di *wanton mee* riceve, la prima cosa che Steven fa è buttare i *wanton* nell'acqua bollente. Poco dopo, poiché privi di ripieno e più veloci da cuocere, butta anche i *noodles* nella medesima acqua. L'acqua si trova in un grande pentolone fisso diviso in due parti con due

coperchi apribili, l'acqua bolle sempre per essere sempre pronti al servizio immediato. Per mescolare e prendere i *noodles* e i *wanton*, Steven usa delle bacchette in legno formato maxi e un mestolo forato a rete. Mentre attende i pochi minuti della cottura, prepara il piatto finale sul banco, aggiungendo sul fondo un cucchiaino di salsa di soia e uno più grande di olio di grasso di maiale. Con il mestolo forato toglie dall'acqua, scolandoli, *noodles* e *wanton* e con le bacchette li gira abilmente nel piatto per insaporirne ogni parte. Se necessario, qualora i *noodles* risultino troppo asciutti, aggiunge un mestolo di acqua di cottura. Mentre Steven fa questi passaggi, solitamente la mamma o la moglie preparano il vassoio per il cliente, porgendoglielo sul banco esterno, e riempiono una ciotola con il brodo a parte (Steven offre solo la versione *dry* della ricetta). La madre o la moglie si occupano anche delle operazioni di pagamento, poiché Steven, maneggiando i cibi, non può venire a contatto con i soldi. Al piatto quasi pronto sul banco di lavoro, Steven aggiunge qualche pezzo di maiale affumicato, un po' di verdure lesse, e, a discrezione del cliente, la salsa al peperoncino. Eventuali aggiunte (*fried pork*, peperoncini verdi sottaceto, ketchup) sono a disposizione dei clienti nel lato esterno della vetrina. In tutto, il processo di preparazione del piatto finito dura pochi minuti, il tempo di cottura dei *noodles* e dei *wanton*, e di aggiunta degli altri ingredienti già precedentemente preparati. Se dalle prime ore del mattino fino all'effettiva vendita la fase della preparazione degli ingredienti è piuttosto lunga, circa due ore, la creazione finale del piatto per il cliente non supera i cinque minuti. La ricetta personale di Steven, alla quale sono affezionati i clienti abituali, è quella tramandatagli dalla madre, la quale, nei brevi momenti di

assenza di Steven, dimostra tutta la sua esperienza di molti anni di lavoro preparando lei stessa l'intero piatto. Dato il successo all'interno del Dunman food centre, alcuni avventori hanno chiesto a Steven di vendere la ricetta, offrendo cifre onerose. Tuttavia, il lavoro giornaliero e i soldi guadagnati giorno per giorno sono preferibili per un *hawker* che vede nel suo chiosco e nel suo piatto ciò che rappresenta la sua famiglia e la sua storia personale.

Per concludere questo capitolo ho deciso di presentare la narrazione del momento finale della giornata di Steven. Chiuderò l'intero lavoro con il momento della chiusura del suo chiosco, con le operazioni di pulizia serale e il suo ritorno a casa dopo una lunga giornata lavorativa. Nel fare ciò lascerò le parole del mio diario di campo, per esprimere ancora una volta l'instancabile convinzione dell'importanza fondamentale di una rappresentazione, il più possibile concreta, degli elementi della quotidianità testimoniata e vissuta nel campo e della necessità di monografie *tasteful*, come sostenuto da Paul Stoller in primis.

Arrivo a Dunman alle 18.00, orario concordato con Steven. E' parecchio pieno, normale per una domenica sera. Il tavolo davanti al chiosco di Steven è pieno, quindi mi siedo davanti al chiosco numero 20, accanto al suo. Saluto Steven e sua moglie e gli indico dove sono seduta, chiedendo di chiamarmi quando inizia a chiudere, "tra poco", dice. Dalla posizione in cui mi trovo vedo bene le mani di Steven e della moglie sul banco. Si tratta di un vero e proprio lavoro di squadra: lui mette i *noodles*, lei con una pinza mescola i noodles nel condimento già messo nel piatto da Steven. I loro movimenti sono coordinati e veloci. Prima di seguire Steven, che ha ancora un po' di clienti, osservo la situazione generale. Osservo i diversi colori delle stoviglie: ogni *stall* ha stoviglie di colore diverso: tutto il set che comprende *bowls* grandi e piccole per i condimenti, cucchiari, bacchette e piatti vari. Il motivo è sicuramente che in questo modo se ne facilita il riconoscimento

anche per i *cleaners*, che devono riportarle ai rispettivi chioschi. Quelle di Steven sono verde scuro, lo *stall 22* verde chiaro, lo *stall 20* arancione, Lim Khai rosso, Eng bianche con disegnati dei galli colorati. Guardo lo *stall 22*. Il figlio aiuta marito e moglie nei *weekends*. Lei prende nota degli ordini in un blocchetto, c'è una piccola coda di clienti davanti al loro chiosco. Allo *stall 20* arriva un cliente e la ragazza che lavora con il giovane marito dice l'ordine ancor prima che il cliente parli, quasi a voler provare a indovinare, probabilmente si tratta di un cliente abituale. Sembra averci azzeccato, perché il cliente, sorridendo compiaciuto, risponde con il pollice all'insù, senza dire una parola. Il *cleaner* di turno usa una paletta simile a quella per pulire i vetri e fa scivolare i resti di cibo in una bacinella che tiene sul carrello. Nel tavolo che sta pulendo, hanno sicuramente mangiato pesce: le spine, le lisce e le teste, insieme ad altri resti sono lasciate sul tavolo, per lo più sputati nel mangiare le parti buone. Alle 18.10 vedo che Steven spegne le luci dell'insegna, anche se ancora sta servendo un paio di clienti: serve ad avvisare che sta chiudendo. Mi avvicino e mi dice che chiude perché ha finito i *noodles*. Nella vetrina, infatti, non ce ne sono più. Arriva un cliente e la moglie di Steven stava già preparando il suo piatto da portare via, sistemando le ciotole di plastica nei sacchetti. Chiedo se quel cliente avesse chiamato prima e fosse venuto solo a ritirare e Steven mi dice di sì, che i clienti possono chiamarlo al suo telefono personale, lasciato sempre in vista sul banco. Un altro cliente ha ordinato per ritirare alle 20.00, così Steven lascia il sacchetto con il piatto pronto allo *stall* accanto. Inizia il momento delle pulizie. Lei butta la spazzatura accumulata durante il giorno, lui prende la pila di vassoi sul banco esterno e li porta dal *cleaner*, che li sistemerà nella zona dei carrelli. Steven è velocissimo! Glielo dico e lui mi risponde «yes, because I wanna go home see my babies!». Lei lava le stoviglie nella parte sinistra del chiosco, nel lavandino. Lui, con la pompa d'acqua arancione, dopo essersi arrotolato su i pantaloni, pulisce per terra e dentro i secchi, passandoli con una spugna insaponata. Mi confessa che quando è sua mamma ad aiutarlo è un pò più lenta, ma con sua moglie tutto è più veloce. Come fa spesso, la riempie di complimenti e scherza, ripetendomi ad alta voce: «how beautiful is my wife! Isn't she beautiful?» Lei arrossisce e continua a pulire senza fermarsi. Marito e moglie s'incrociano e incastrano abilmente, lo spazio è ridotto e le cose da fare molte, ma continuano senza problemi nei loro gesti consueti. Lui con un pentolino di alluminio svuota le pentole da tutta l'acqua e la butta a terra in prossimità del buco dello scolo nel pavimento. Lava tutto: stoviglie e pentoloni dell'acqua dei

noodles e della zuppa, il mobiletto delle posate, il ripiano, la vetrina. Steven si occupa della parte destra dello *stall*, quella dei fornelli, e della parte davanti, la vetrina. Lei appoggia le stoviglie lavate sul banco, e sistema le bacchette e i cucchiari nel mobiletto appena lavato dal marito. Steven passa con la spugna insaponata tutto il banco, la vetrina, la pentola fissa dell'acqua dei *noodles*, coperchio apribile compreso, e poi risciacqua tutto con la pompa dell'acqua. Sciacqua e strizza per terra lo straccio con cui aveva insaponato. Le spugne insaponate le appoggia in un contenitore di plastica accanto al lavandino, pronte all'uso. Svuota tutti i secchi d'acqua calda e sapone, dove s'immergono le stoviglie prima di lavarli e lava anche questi con spugna e pompa. Li impila uno sull'altro e li sistema sotto il banco. Lavate tutte le stoviglie, la parte finale è il pavimento. Steven si toglie le infradito fuori dallo *stall* e rientra scalzo. Inginocchiandosi, inizia a grattare con una spugna insaponata il pavimento, in ogni angolo. Gratta con l'unghia un punto dove si era incrostata della salsa. Poi risciacqua tutto con la pompa dell'acqua indirizzata verso il buco dello scolo, nel retro. La moglie, finito di lavare le stoviglie, si siede al tavolo esterno con la sua borsa in mano, sudata e seduta con le spalle basse e la schiena visibilmente stanca: aspetta il marito per andare a casa. Dal banco, dove la moglie le aveva appoggiate per farle asciugare, Steven sposta le stoviglie e le sistema ognuna al proprio posto nelle varie mensole, pronte per essere riutilizzate domani. Usa una spatola, come quella dei *cleaners*, per spostare l'acqua da terra verso lo scolo. Infine prende scopettone e straccio dalla zona dei *cleaners* e passa davanti al chiosco per evitare che qualcuno scivoli. Raccoglie perfino qualche carta da sotto i tavoli davanti al suo chiosco. Controlla che tutti i rubinetti del gas siano chiusi e controlla tutto molto scrupolosamente prima di chiudere gli sportelli dei mobiletti. Mi guarda e dice di aver finito. Chiude la serranda a metà e lui dentro, probabilmente, sta prendendo e contando i soldi dalla cassa. All'inizio delle pulizie, Steven mi aveva detto che ci avrebbe messo mezzora, ed esattamente trenta minuti dopo esce dal suo chiosco, spegne le luci dentro e chiude a chiave la serranda, controllando che sia ben chiusa. La sua maglietta bianca si è fatta trasparente di sudore e ha le gambe completamente bagnate. Passa un'ultima volta lo straccio davanti allo *stall*, lo riporta nella zona dei *cleaners*. Poi ci salutiamo, e moglie e marito tornano a casa. Resta l'insegna spenta e la serranda chiusa del chiosco Dunman Char Siew Wanton Mee, in mezzo

agli altri chioschi ancora attivi, in una serata che ancora andrà avanti, ma senza *wanton mee*.⁸³

L'orizzonte dei compiti di Steven, o usando il neologismo coniato da Tim Ingold il *taskscape* alla base delle sue pratiche quotidiane, in cui la chiusura del chiosco occupa una parte importante, è in stretta relazione con l'ambiente e con le persone in cui queste pratiche avvengono. Le pratiche sono, perciò, di tipo relazionale, e Ingold riassume perfettamente, nella parola inglese *taskscape*, la fusione tra la nozione di paesaggio (*landscape*) e di pratica. La partecipazione nel lavoro etnografico diventa quindi un principio epistemologico e una precondizione alla conoscenza. Sul campo deve avvenire l'esplorazione delle relazioni pratiche che un gruppo di persone intrattiene con l'ambiente in cui avviene la quotidianità. E occorre farlo in prima persona, come antropologi, a partire dal proprio livello corporeo e sensoriale. Gli etnografi assaggiano il cibo, annusano gli odori, sentono i rumori, toccano i materiali e si muovono negli spazi delle altre persone nella realtà tangibile delle loro giornate. Nel fare ciò, l'etnografo assaggia, annusa, sente e tocca cultura: «the tasteful fieldworker will eschew the search for deep-seated hidden truths and instead describe with literary vividness the smells, tastes and textures of the land, the people, and the food» (Stoller, Olkes cit. in Sutton 2010:211).

Nel quadro dell'antropologia ecologica inaugurata da Ingold, la comprensione antropologica si realizza nella pratica. Il sapere acquisito sul campo è innanzitutto un sapere

⁸³ Estratto dal diario di campo, 29 febbraio 2016.

del corpo, incorporato, appreso e trasmesso in modo implicito e informale. L'idea di *fieldwork* di Ingold riassume bene questi concetti con esempi pratici della sua esperienza di campo tra gli allevatori di renne in Finlandia:

Attraverso il coinvolgimento con gli altri nei contesti quotidiani delle azioni pratiche [...] immergendomi in azioni comuni [...] in un ambiente condiviso [...], esperisco le componenti di questo ambiente come fanno loro, non perché abbia imparato a costruirli nella mia mente secondo le loro stesse convenzioni categoriali, ma perché ho imparato a prestare attenzione ad esse nello stesso modo, in accordo con quanto essi stessi affrontano nel contesto situazionale delle attività di allevamento. Questa comunione di esperienza, la consapevolezza di vivere in un mondo comune, stabilisce un livello fondativo di socialità che esiste, nelle parole di Bourdieu [...] “al di qua delle parole e dei concetti”, e che costituisce la linea di riferimento relazionale sulla quale tutti i tentativi di comunicazione verbale devono successivamente essere edificati.

(Ingold, 1994: 223)

Questa operazione di «learning in doing» (Bourdieu, 1972), di dimensione pratica e intersoggettiva della conoscenza, viene imparata attraverso una forma di educazione della propria attenzione. Al corpo e ai sensi viene assegnato un ruolo di primo piano. A seconda del tipo di attività, l'etnografo si sintonizza con le modalità in atto nella comunità che studia e raccoglie un certo tipo di informazioni sensoriali, quelle che derivano dalla percezione diretta, la quale, essendo di tipo pratico, definisce un ruolo centrale del corpo nel processo di

conoscenza. Si tratta di quella che lo studioso Micheal Jackson chiama «knowledge of the body», nel titolo del suo articolo nella rivista *Man*, nel 1983:

Usando il proprio corpo nello stesso modo degli altri nello stesso ambiente ci si trova informati da una comprensione che in seguito può essere interpretata in base ai propri usi e costumi, ma rimanendo fondata in un campo di attività pratica, resta consonante con l'esperienza del gruppo sociale in cui si è vissuti.

(Jackson, 1983:135)

Nell'apprendere un'abilità, le persone attuano un processo di socializzazione nel quale è presupposta l'interazione, e grazie alle quale si produce, nei gruppi che condividono le medesime abilità, un senso di appartenenza. Infine, apprendere un'abilità non significa solo appartenere a una comunità e diventarne un membro competente. Apprendere un'abilità è costruirsi un'identità e renderla concreta quotidianamente: questa identità messa in atto, nell'esperienza concreta, è quella che, come antropologi, bisogna ricercare e testimoniare. Nel caso di Steven e della sua famiglia, il fatto di trascorrere le sue intere giornate all'interno del Dunman food centre, di svolgere le sue attività nel chiosco e di considerarlo al punto da definirlo la sua vita, lo rende parte integrante del luogo. Steven ne fa parte perché vi si muove all'interno, perché contribuisce alla modificazione costante dello spazio mediante le pratiche che, essendo *performances* creative individuali, basate su conoscenze frutto di una comune storia sociale, sono per loro stessa natura sempre diverse. Come abbiamo visto per le ricette, così anche per tutte le altre attività che si svolgono nel mercato esistono versioni autentiche,

quelle considerate tali poiché risultati storici delle caratteristiche del luogo e delle sue trasformazioni insieme alle nuove risorse, e versioni individuali, ricche di personali aggiunte o modifiche. Negli anni, seguendo gli insegnamenti dei genitori e osservando attentamente prima, e mettendo in pratica e ripetendo le operazioni quotidianamente poi, Steven ha creato il proprio personale modo di “stare nel mercato”, così come ogni essere umano ha il proprio modo di “stare nel mondo”, influenzato inevitabilmente dal contesto, dalle caratteristiche del territorio, dalla storia della società di cui fa parte. E questo modo di “stare nel mercato” fa parte della sua identità di *hawker* prima, e di singaporiano poi, passando attraverso il suo ruolo di padre di famiglia. E così, se l'*hawker* Steven ha una propria identità strettamente legata al luogo Dunman food centre, i clienti che vi si recano abitualmente vi ritrovano anch'essi la loro identità nazionale, messa a dura prova dagli eventi storici delle migrazioni e della rapidissima modernizzazione. Insieme, clienti, *hawkers*, *cleaners* e governo di Singapore contribuiscono a portare avanti le caratteristiche del peculiare cibo *hawker*, mix d'ingredienti e di storie migratorie fatte d'incontri e incroci di culture, attraverso l'enfaticizzazione e la valorizzazione degli ultimi luoghi rimasti, nel moderno paesaggio urbano della città-stato, in cui si respira la vera Singapore, quella che gli stessi singaporiani definiscono tale: gli *hawker centres*.

Conclusione

LA SFIDA DEGLI HAWKER CENTRES: PAESAGGI SENSORIALI E RAPPRESENTAZIONI IDENTITARIE

In questo lavoro ho descritto lo studio di un mercato alimentare della tipologia *hawker centre* della città-stato di Singapore. A partire dal contesto geografico e storico in cui è avvenuta la ricerca, ho discusso i due principali fenomeni che hanno contribuito al cambiamento esponenziale del paesaggio urbano del paese, e che rappresentano le principali cause della costruzione di questo tipo di “mercati di strada”: la grande eterogeneità della popolazione, rispecchiata nella varietà dei cibi, e la rapidissima modernizzazione, che continua ininterrotta ad essere il metro delle politiche governative, al fine di rendere Singapore la città più competitiva e moderna del continente asiatico. Lo spostamento dei chioschi mobili e degli *hawkers* itineranti dalle strade ai centri di nuova costruzione, negli anni '70 del Novecento, ha segnato un momento focale nella memoria collettiva, provocando il cambiamento delle abitudini alimentari degli abitanti e portando visivamente alla comparsa di una nuova tipologia di luoghi, gli *hawker centres* o *food centres*, diventati oggi uno dei simboli di orgoglio nazionale della città del leone.

Dal punto di vista analitico, la tipologia di mercati alimentari di Singapore *hawker centres* è stata studiata da diversi punti di vista, per poi unire le diverse prospettive e definire, solo grazie all'esplorazione dei molteplici aspetti, che in questi luoghi si respira l'identità che i singaporiani vogliono sia conosciuta e mantenuta: «although globalization has provided new foodways, older foodways remain potent determinants of Singaporean society. The beliefs, practices and trends in a culture affect eating practices. In Singapore, the emphasis on food [and foodways] as culture accentuates this point» (Tarulevicz, 2013:24).

I mercati alimentari hawker centres: il cibo e il luogo

Il cibo è a prima vista l'attore principale. Ciò che si trova tra i banchi dei mercati di quartiere rispecchia la varietà alimentare tra le case e nelle cucine delle persone. Nel caso degli *hawker centres* di Singapore, da me definiti anch'essi mercati alimentari, ma che vendono piatti finiti, spuntini, dolci e bevande, si può dire che siano essi stessi le cucine dei singaporiani. Se personalmente i ricordi legati all'infanzia riproducono le immagini della cucina dei nonni materni in un piccolo paesino di mare in Calabria, dove ogni estate si preparava la passata di pomodoro da conservare per ottime paste al sugo durante tutto l'anno al nord, nella memoria dei singaporiani largo spazio è rappresentato dalle strade rumorose e sporche, ricche di baracche e *hawkers* itineranti, dai quali proveniva il profumo avvolgente delle spezie usate nelle ricette o il battito di listarelle di bambù sui calderoni pieni di zuppe, che li faceva correre in strada ad acquistarne una ciotola per pochi centesimi di dollaro. In una

società, come quella singaporiana, fortemente influenzata dalla gastronomia, il cibo e le modalità di consumo del passato occupano un ruolo preminente nella costruzione comune e pubblica della nostalgia: «as we look for the elusive kitchen through Singapore's architecture, housing, history, and imagery, we find that for Singaporeans, the concept of kitchen is not the focal point for nostalgia and therefore it is less legible even at times absent» (Tarulevicz, 2013:59). I singaporiani esprimono spontaneamente e naturalmente la loro personale e condivisa nostalgia in termini di piatti dell'infanzia rimembrati, e ciò si riscontra nell'importanza data ai luoghi e agli eventi che conservano e valorizzano, riproducendole concretamente, queste memorie: gli *hawker centres* in primis ma anche *food festivals* e *heritage food tours*. La memoria è una delle caratteristiche del cibo che lo rende un elemento identitario e, tra gli studiosi considerati, l'antropologo David Sutton (2001, 2010) propone di considerare il mangiare come «pratica incarnata» e l'antropologia del cibo come «antropologia proustiana», poiché, allo stesso modo in cui Proust descrive i ricordi scaturiti dall'assaggio di una *madeline*, il cibo ha il potere di risvegliare memorie sedimentate, grazie al suo essere un «oggetto sensoriale totale» (Le Breton, 2006:335), che porta sinestetica presenza di sensazioni e ricordi. Le proprietà sensoriali che distinguono il cibo, quali l'odore, il sapore, la consistenza e il colore, permangono negli anni e sostanziano i racconti della memoria, quelli legati al quotidiano, vissuti nell'intimità del focolare domestico e, nel caso singaporiano, quelli connessi al cibo nelle strade. In passato la strada era il luogo dove si procuravano i pasti del giorno, spesso consumati in piedi, cercando un angolo di ombra nel

caldo tropicale, creati ad hoc dagli *hawkers* per facilitare ogni boccone. Nel momento in cui, a partire dagli anni '70 del Novecento, l'esperienza del cibo *hawker* ha forzatamente cambiato caratteristiche, subendo la trasformazione in chioschi sistemati nei mercati parzialmente chiusi *hawker centres*, le abitudini sono inevitabilmente cambiate. A Singapore l'esperienza culinaria riflette la struttura sociale, la mostra nella continuità dei ruoli e delle procedure, e anche nel cambiamento costante di questi elementi. In questa visione è stato interessante considerare cosa queste caratteristiche dell'aspetto culinario rivelano riguardo questo gruppo sociale e questa nazione, e in che modo esse siano usate per rinforzare il senso di appartenenza identitaria. Nel caso della cucina di Singapore, la sua caratteristica principale è la varietà, risultato della storia d'incontro tra popoli. In generale, il rapporto tra cibo e identità culturale è ovvio e complesso allo stesso tempo. E' banalmente ovvio perché le persone devono mangiare per sopravvivere, e ne sono quindi legate obbligatoriamente. È complesso, poiché la scelta di cosa e come mangiare è dipendente da una combinazione di elementi personali e collettivi, socialmente condivisi. La costruzione degli *hawker centres* ha indotto le persone a modificare le ormai assodate pratiche sia di acquisto e di consumo dei piatti, sia i procedimenti della loro preparazione, a causa del cambiamento nella struttura dei chioschi e dello spazio, e degli strumenti a disposizione, più moderni e che rendono la produzione più veloce, lasciando al passato la peculiarità di alcune cotture. Al tempo degli *hawkers* itineranti, l'esperienza del cibo venduto e consumato in strada, alla soglia di casa, e nei piatti creati *ad hoc*, era centrale e considerata autentica. Oggi, con la costruzione degli *hawker centres*, la

dinamica è cambiata. E mentre prima erano gli *hawkers* a recarsi presso le case, ora sono gli abitanti dei quartieri a dover raggiungere gli *hawkers* negli *hawker centres*. Le ricette acquistano così più importanza come marcatrici di autenticità, poiché unico legame col passato. Tuttavia, nei vari capitoli si è discusso come questi luoghi stiano diventando sempre di più loro stessi il simbolo di un'esperienza singaporiana unica, dove è possibile gustare i sapori di una volta, attraverso un'esperienza di consumo diversa dal passato, ma oggi peculiare di Singapore, diventata rappresentazione dei cambiamenti storici del territorio e, con essi, della sua identità. Le diverse comunità dello stato di Singapore: malese, cinese, indiana, europea e molte altre, si sono intrecciate creando una cucina peculiare e vastissima. L'estrema multiculturalità presente sul territorio singaporiano è tra gli elementi che più si rispecchia “nei piatti”, e che più è enfatizzata come caratteristica dell'identità nazionale. Richiamando le tesi di Ugo Fabietti (1995) ho definito le ricette che formano l'amplissima gamma di piatti della cucina dell'isola come “portatrici di etnicità”, e ho invece spiegato come sia limitato e anzi errato affermare che il risultato della cucina singaporiana sia l'ibridazione tra le diverse cucine. «[Singaporeans] they see the products of hybridization in terms of pure categories, i.e. “Chinese”, “Malay”, “Indian or “Others [...] In other words, even hybrid food may be seen mistakenly as pure cuisines» (Chua, Rajah, 2001:166-167). La definizione di cucina ibrida è una semplificazione della realtà. Purtroppo, nella stessa visione di alcuni singaporiani, permane inconsciamente la tendenza a guardare ai diversi aspetti della quotidianità in termini di razza, sempre il risultato della storia coloniale e post-coloniale

esposta nel primo capitolo. Questi regimi di classificazione prodotti dalla storia, così come l'“eticizzazione” dei cibi, sono stati centrali nel rendere le stesse ricette come rappresentazioni delle diverse identità etniche di Singapore. In questa situazione di costante esplicitazione e accettazione delle differenze, il cibo, e lo spazio dei mercati in cui questi cibi si uniscono, assumono il ruolo di elementi inclusivi, creando uno spazio di esperienza personale e allo stesso tempo collettiva, poiché consumando il cibo si “consuma” anche la storia: «singaporeans reflect their multiracial character at table, making it a site that reveals the complicated history of the island state» (Tarulevicz, 2013:24).

In questa ricerca ho ritenuto preferibile analizzare il ruolo del cibo quale marcatore di identità piuttosto che come il risultato di un'ibridazione tra culture, problematizzando il termine ibridazione anche con esempi in altri ambiti di conoscenza. Nel fare ciò, ho definito l'identità singaporiana, rispecchiata nelle pratiche alimentari, come un elemento, allo stesso tempo, percepito nei microcosmi individuali e nella visione ufficiale nazionale (spinta dal PAP, People's Action Party, unico partito storico in carica a Singapore), nella quale gli *hawker centres* sono valorizzati e curati dalla popolazione come luoghi simbolo di questa identità, e allo stesso tempo pubblicizzati come luoghi di meta turistica, simbolo del paese.

Per quanto riguarda il luogo fisico degli *hawker centres*, ho dedicato un intero paragrafo all'ambito dell'antropologia dello spazio che studia il rapporto tra le comunità e lo spazio in cui si muovono, quella relazione inter-agentiva concretizzata dalle attività svolte nel contatto tra l'organismo, l'ambiente e gli oggetti. Forme organiche, capacità intellettuali e

disposizioni comportamentali. Nell'ottica di Tim Ingold, uno dei più importanti studiosi contemporanei di questi temi, gli esseri viventi sono composti da questi stessi tre elementi sempre in relazione tra loro, e sono proprio le relazioni tra essi, volontariamente messe in atto, a formare e trasformare le creature. Ingold si pone allo studio degli organismi e del rapporto tra organismi e ambiente, mediante una prospettiva definita da lui stesso ecologica, basata, cioè, sulla relazione, anziché la separazione, tra uomo e ambiente. Nell'approccio ecologico il concetto di abilità (*skill*) diventa il punto di chiasmo tra l'organico e il sociale e, se la persona è un aspetto dell'organismo e la vita sociale un aspetto della vita organica (Ingold, 2001:99), organismo e ambiente diventano inseparabili, porosi e legati da reti di relazioni continue: «nell'organismo c'è l'intera storia delle sue relazioni ambientali» (Ingold, 2001:92). Nello studio di queste dinamiche all'interno del Dunman food centre ho attuato questo approccio ecologico, mediante l'addestramento pratico, sensoriale e sociale, mediato dall'interazione con i lavoratori e con i clienti nei loro contesti quotidiani di azione, con lo scopo di accedere a quell'orizzonte di compiti che Ingold chiama *taskscape* (1994, 2000), efficace fusione dei concetti di paesaggio (*landscape*) e di pratiche, sottolineandone l'imprescindibile relazione.

Avendo esplorato il legame che esiste tra gli individui, le loro attività e il contesto in cui si muovono, si è reso necessario un approccio analitico in grado di porre attenzione a tutti questi aspetti. L'etnografia del paesaggio, attraverso la descrizione e l'analisi delle componenti fisiche del luogo, delle relazioni e delle pratiche quotidiane, con uno sguardo anche alla dimensione linguistica e storica, si è rivelata pertinente per questo tipo di studi, e

ha caratterizzato il metodo etnografico della mia ricerca, con le specificità legate alla particolare esperienza di campo presentate nel terzo e quarto capitolo.

Paesaggi sensoriali

Nell'approccio a un luogo quale un mercato alimentare, l'implicazione corporea dello studioso sul campo diventa un prerequisito fondamentale per la costruzione della conoscenza: ecco come l'esperienza e la corporeità sono stati assi portanti di una proposta metodologica che, attraverso gli studi di Paul Stoller, Constance Classen, David Howes e altri, mi ha permesso di vivere in prima persona un'idea innovativa di partecipazione sul campo. Nonostante la difficoltà provata di mettere per iscritto un'esperienza così intima e nuova, ho cercato nelle righe di questo mio scritto di far scaturire la consapevolezza acquisita riguardo l'importanza e l'inevitabilità di vivere un'esperienza di campo immergendosi completamente, lasciandosi toccare, spostare e cambiare, e riguardo la volontà di trasmettere, attraverso le parole, queste pratiche metodologiche spontanee. Facendo ciò, ho seguito convintamente le tesi di Paul Stoller riguardo la necessità di scritti etnografici più ricchi di "senso", nelle sue parole «tasteful» (1989). Nel vivere le giornate di lavoro all'interno del Dunman food centre, in seguito alle annotazioni giornaliere, si è formata in me gradualmente un'immagine completa della quotidianità del mercato, e cominciava a delinearsi la scrittura delle sensazioni che provavo, del paesaggio sensoriale da me vissuto, e come la percezione di questo sia gradualmente cambiata nel corso del tempo a contatto col campo. Come, cioè, sono passata

dallo sconvolgimento del mio personale paesaggio sensoriale, quello a cui sono stata esposta maggiormente nella mia esistenza, al paesaggio sensoriale condiviso con i singaporiani, nel fare esperienza concreta della loro quotidianità. Nelle ultime settimane, dopo essere stata immersa nello spazio del mercato per sei mesi, ho percepito l'abissale differenza rispetto a come mi sono sentita le prime volte che vi entravo. Il mio corpo, attraverso quel processo di naturalizzazione a una gamma di elementi nuovi, discussa nel processo di costruzione sociale e identitaria che Francesco Remotti chiama antropopoesi, mediante cui l'essere umano diventa persona tramite la plasmazione continua del corpo naturalizzato, si è adattato alle caratteristiche del luogo e ha fatto propri alcuni elementi del paesaggio, a prima vista lontani da qualsiasi possibilità di riconoscimento.

Il cibo, il clima, i luoghi di Singapore venivano da me percepiti in modo completamente nuovo, consapevole, conosciuto, e proprio per questo la mia attenzione li ascoltava in modo più lieve, poiché gradualmente me ne ero abituata. Si pone attenzione più facilmente a qualcosa di lontano da ciò che conosciamo bene. Una serie infinita di stimoli giornalmente provati sensorialmente ed emotivamente (*to feel*), tutti uniti a creare quella sinestesia inevitabile di cui parlava il precursore dell'antropologia dei sensi Merleau-Ponty, nel 1945, e di cui discutono oggi David Howes e Constance Classen, nei loro scritti d'avanguardia sull'importanza del mondo sensoriale in antropologia.

L'identità è legata ai sensi, e nella gamma sensoriale riscontrata a Singapore, il gusto assume un ruolo di preminenza. Esso diventa un metro per riconoscere o meno un piatto

autentico, definito tale nella terminologia locale. L'esperienza del gustare i piatti cucinati dagli *hawkers* nei *food centres* è allo stesso tempo individuale e collettiva, costantemente praticata, ricercata e conservata, allo stesso tempo causa e risultato dell'immagine nazionale di Singapore, quale paese dall'alto livello di varietà e qualità culinaria di "strada", caratteristica identitaria sfruttata anche a scopi sociali e politici, a scapito di una difficile definizione d'identità singaporiana, conseguenza dell'estrema eterogeneità tra gli abitanti.

Rappresentazioni identitarie

Dopo aver guardato agli aspetti quali il cibo, il luogo e le implicazioni sensoriali che si intrecciano nello spazio degli *hawker centres*, ho discusso l'identità singaporiana attraverso le dinamiche pratiche e le rappresentazioni simboliche da me riconosciute all'interno di questi mercati, con il Dunman food centre come esempio quotidiano, invitando a guardare al concetto di identità singaporiana come identità "in atto". Con la formula identità "in atto" sottolineo l'opportunità di scoprire l'impossibilità di definire l'identità ma allo stesso tempo la possibilità di intravedere la percezione che i singaporiani hanno di essa come un fatto concreto, e come essi la rappresentino nel quotidiano attraverso le esperienze sensoriali, lo spazio e i cibi che fanno degli *hawker centres* dei simboli della loro identità. Mentre sul piano analitico gli ambiti dei sensi, dei luoghi e del cibo si possono precisamente distinguere, quando ci si trova all'interno di un *hawker centre* l'esperienza sensoriale, la percezione del luogo e i sapori dei cibi sono vissuti tutti nello stesso momento, avvolgendo chi vi entra per la

prima volta. In uno schema che cerca di sintetizzare questa visione, l'identità "in atto" è posta al centro, nell'intersezione tra i tre elementi in cui ruota l'esperienza degli *hawker centres*. Le frecce blu ne evidenziano la costante interazione con l'identità stessa, che viene plasmata e modificata costantemente, mai fissa ma fluida, conseguenza delle azioni e proprio per questo "in atto". Le frecce rosse, invece, marcano l'imprescindibile rapporto tra il luogo, il cibo e le percezioni sensoriali, che caratterizzano l'esperienza totalizzante di chi, come la sottoscritta, si è apprestata allo studio di un mercato alimentare.

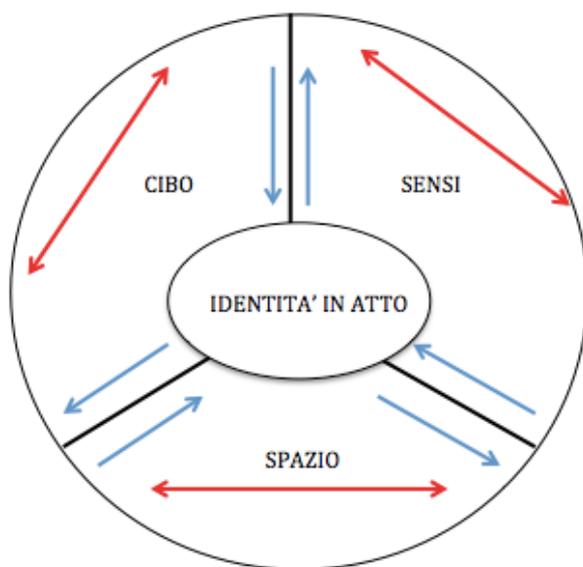


Figura 1a. Schema di rappresentazione del modello di identità ipotizzato, derivante dallo studio di un *hawker centre* di Singapore.

Chiaramente il precedente schema rimane aperto, poichè la costruzione d'identità è influenzata da numerosi altri elementi individuali, collettivi, territoriali, morali e altri che non sono stati discussi in questo lavoro, ma che rappresenterebbero ulteriori "spicchi" del cerchio. Il meccanismo di costruzione e trasformazione dell'identità, sia a livello della persona sia nei gruppi, non è mai fisso, completato una volta avvenuto, ma si tratta, invece, di un processo sempre in corso, che si modifica continuamente e che dà vita a diverse forme di identità, al plurale. Le identità sono fluide.

Con questa tesi sostengo l'importanza di andare alla ricerca di una rappresentazione il più possibile densa della percezione che le persone hanno della propria identità, esplorando allo stesso tempo l'idea di identità che viene presentata ufficialmente da una comunità, in questo caso dallo Stato di Singapore. Fare ciò attraverso i sensi e nei significati dati al cibo, nel contesto peculiare degli *hawker centres* singaporiani, significa percepire l'identità che si concretizza nel luogo e nei gesti quotidiani, considerati naturali, nel vero senso dell'essere parte della natura singaporiana. Il sopportare il caldo, il gustare i piatti altamente piccanti nei trentacinque gradi equatoriali, la velocità nell'acquisto, lo scambio di parole con gli *hawkers*, la figura stessa dell'*hawker* sono elementi fondamentali nella quotidianità delle persone, ancor più in un territorio che sta fortemente subendo la velocità della modernizzazione, e che trova sicurezza e memorie nei luoghi in cui il passato sembra vincere sul cambiamento e sul progresso. «Singaporeans are arguably more conscious of the meaning of food now than any

point in their past. Food matters to them, their lived experience is shaped by their cuisine and their personal feelings of “Singaporean-ness are also linked to caring deeply about food» (Tarulevicz, 2013: 59). Nel cibo *hawker* e nei luoghi quali gli *hawker centres* e i *coffeeshops*, i singaporiani cercano di rinnovare e mantenere viva l’idea che loro stessi hanno di cosa significa “essere singaporiani”, nella quale la condivisione del cibo in un luogo comune (prima la strada ora i mercati) e al di fuori del privato delle case è fondamentale, quasi come il bisogno biologico stesso di mangiare, o difficilmente slegato da esso.

Per dirla con le parole di Ernesto del Martino (1977) e Martin Heidegger (1927), sulla base dei loro contributi sulla natura dell’essere umano come un “esser-ci”, piuttosto che un essere, nel mondo, un esserci qui ed ora, intrinsecamente legato allo spazio, affermo che l’identità singaporiana “sta” nei luoghi *hawker centres*, percepita quindi solo attraverso un’immersione totale nello spazio fisico, nel paesaggio sensoriale, nelle ricette e nelle storie delle persone che vi si muovono all’interno.

La sfida degli hawker centres

Il titolo di questo intero lavoro, *La sfida degli hawker centres*, vuole evidenziare l’eccezionalità di questi luoghi in un paese quale Singapore, dove la volontà di essere lo Stato asiatico più moderno e all’avanguardia, con ampio sguardo verso l’occidente, muove quotidianamente i passi della classe dirigente e della popolazione intera. In questo contesto

storico-politico, la società si è dovuta adattare ai ritmi frenetici e alle trasformazioni in atto nei vari ambiti della quotidianità. Tra questi, l'aspetto della cucina, dell'acquisto del cibo e del mangiare, mantiene tuttavia una sua peculiarità e procede in contrasto a questa velocità standardizzante e destabilizzante. Sicuramente, le catene di *fast food* hanno trovato suolo fertile in un paese attento all'ottimizzazione del tempo, quale nemico da contrastare ogni giorno in un'ottica di maggior guadagno. E non solo il tempo cronologico, anche quello atmosferico, il clima caldo, va sfidato, permettendo di muoversi dinamicamente ed essere il più efficienti possibile. Ed è così che le versioni moderne dei mercati *hawker centres*, dotate di aria condizionata, hanno preso piede e costituiscono una valida alternativa per coloro che vogliono gustare l'*hawker food* in una versione moderna. In questo quadro, tuttavia, i mercati *hawker centres*, progettati e costruiti a partire dagli anni '70 del Novecento, per migliorare le condizioni igienico-sanitarie e per liberare le strade agevolando il passaggio dei veicoli motorizzati, sono il chiaro simbolo di ciò che Singapore è stata in passato, dei cambiamenti avvenuti, ma anche di alcune caratteristiche che le persone vogliono caldamente permangano in quest'isola peculiare del Sud-est asiatico. Lo *street food* di molte città asiatiche rappresenta un simbolo culturale, un tratto fondamentale della quotidianità delle persone locali, nonché motivo di promozione e attrazione turistica. Lo *street food* di Singapore non è da meno. Storicamente, le strade dell'isola erano le cucine comuni, dove a qualsiasi ora del giorno si potevano consumare una grande varietà di prodotti locali e ricette, che nel corso del tempo hanno subito variazioni adattandosi ai cambiamenti del paesaggio urbano e delle risorse a

disposizione. Il cibo nelle strade assume diverse connotazioni, esso «esce all'aperto e diventa paesaggio urbano» creando «comunità a tempo determinato e nuove forme spaziali» (Niola, 2017). A un certo punto, nella storia di questa piccola città-stato, la situazione si è capovolta, e il cibo di strada è rimasto tale nella sua essenza, pur non trovandosi più fisicamente lungo le vie e ai lati delle strade. Nuove strutture semi-chiuse, disposte coscienziosamente nei punti focali dei quartieri, sono state riempite delle attività e delle persone che prima operavano *on the street*, in chioschi mobili o trasportando le pentole su listarelle di bambù appoggiate sulle spalle, chiamando casa per casa i clienti. Se prima il cibo all'aperto era al centro del paesaggio urbano di Singapore, oggi lo è ancora, ma in una forma più ordinata, sicura e controllata. La nuova forma spaziale dei mercati *hawker centres*, che caratterizza oggi l'intero territorio del paese, si è rivelata nel tempo una soluzione efficace per diversi motivi, non solo per rendere sicura e igienica la vendita di prodotti alimentari cucinati all'aperto nel caldo torrido, ma anche e paradossalmente per mantenere in vita alcune ricette storicamente nate in strada e mantenute nelle preparazioni odierne. L'*hawker food* è e rimane un elemento chiave della cultura singaporiana, una necessità quotidiana e una caratteristica da preservare e valorizzare oggi nelle nuove strutture dei mercati. Che sia allora proprio questo l'esito futuro del caotico cibo di strada anche in altre metropoli asiatiche? Che sia Singapore solo il primo esempio di come la modernità e l'influenza dell'occidente cambieranno a poco a poco la fisionomia delle città e l'organizzazione delle stesse? La modernità si porterà via con sé la vibrante confusione di colori, rumori, odori a cielo aperto offerto dalle miriadi di bancarelle

nelle strade di altre città com'è successo nella città del leone? A questo proposito prendo ad esempio Hong Kong e Bangkok, due metropoli protagoniste di recenti episodi: di violenza tra venditori ambulanti di cibo nelle strade e polizia la prima, e al centro di un dibattito per disciplinare la situazione della vendita di cibo in strada la seconda. In entrambe le città s'inizia a parlare di regolamentazione della vendita abusiva di cibo nelle strade, fenomeno vasto e diffuso, finora tollerato, contrastando solo alcuni casi particolari. Tuttavia, nel 2014 a Hong Kong, sulla scia di movimenti giovanili opposti alla volontà di egemonia e controllo del governo cinese, il quale, nonostante l'autonomia della città, continua a fare pressione sulla classe dirigente e a infiltrarsi nelle decisioni, ci sono stati eclatanti casi di opposizione nella cosiddetta *fishball revolution*. I motivi di scontro furono l'accanimento su un numero crescente di venditori di strada senza licenza in occasione del periodo del capodanno cinese. Il nome *fishball revolution* fa riferimento a uno dei prodotti maggiormente venduti. Questi spiacevoli episodi ricordano il periodo di terrore nelle strade di Singapore tra la polizia, che scortava i funzionari della National Environment Agency nelle uscite di controllo dei chioschi, e gli *hawkers*, che volevano difendere la propria unica economia di sussistenza. In quegli anni turbolenti la situazione a Singapore è stata gradualmente risolta, con ultimo risultato la costruzione dei *food centres* e l'eliminazione totale dell'abusivismo, un taglio netto col passato. Cosa succederà, quindi, a Hong Kong, città che si trova oggi nella stessa situazione? Affrontando l'argomento in uno dei miei colloqui con un funzionario della National Environment Agency, Huay Kong Tan, sono venuta a conoscenza dell'interesse del

governo di Hong Kong per lo storico percorso che ha portato Singapore alla costruzione degli *hawker centres*, caso in cui il ruolo di questi mercati si è evoluto «from an hygiene problems solution to a social objective, a place for socialization. It wasn't meant for this, but it became. It wasn't planned, but it became a place for interaction»⁸⁴. Sarà interessante vedere l'evoluzione del caso di Hong Kong, formalmente una città indipendente come lo era Singapore, ma molto soggetta alle decisioni del partito centrale di Pechino. Un altro caso da monitorare in futuro è quello thailandese. All'inizio del 2017, la decisione del governo di Bangkok di eliminare completamente lo *street food* dalle strade ha creato un acceso riscontro mediatico con titoli di testate giornalistiche quali: *It's a tragedy: Bangkok to ban its famous street food stalls* («The Telegraph», 18 aprile 2017), *The best street food on the planet, but Bangkok bans its roadside stalls* («The Guardian», 18 aprile 2017), *Bangkok street food ban: is the thai capital really getting rid of vendors?* («The Independent», 19 aprile 2017). Le motivazioni di questa scelta sono da avvicinare alle cause che portarono Singapore alla modifica del suo paesaggio urbano: «In a move criticised by locals and culinary enthusiasts, thousands of vendors selling dishes such as spicy prawn soup and papaya salad will disappear by the end of the year in the interests of “order and hygiene”, according to city hall» («The Guardian», 18 aprile 2017). L'ordine e l'igiene sembrano essere la nuova preoccupazione in città in cui la confusione vibrante delle strade era un tempo elemento caratterizzante. Forse

⁸⁴ Intervista registrata il 27 novembre 2015, si veda l'intervista completa nelle appendici.

questa la conseguenza dell'incontro con un Occidente più austero e agli occhi dei dirigenti più "ordinato"? Di certo la vicinanza con Singapore, prima tra le città asiatiche a definirsi "moderna e civilizzata" (Lee, 2000), con l'esempio del suo successo mondiale in ambito economico, fa scaturire nei governi delle aree limitrofe azioni volte a quello stesso successo. Tuttavia, se la volontà dei governi è questa, «others worry that this clean-up will consign the city to a poor imitation of Singapore; ordered and sterile. It is a model the military government appears keen to emulate, destroying much of what is uniquely Thai about Bangkok» («The Guardian», 27 agosto 2017). L'operazione di *clean-up*, che ha reso Singapore «sterile» a detta di alcuni, continua a tenere accesa la discussione sulle conseguenze dal punto di vista culturale, non solo negli altri paesi, come i citati casi di Hong Kong e Bangkok, ma nella stessa città del leone. In un interessante articolo del maggior quotidiano locale singaporiano «The Straits Times», la presidentessa della Singapore Heritage Society, Dr Chua Ai Lin, commentando gli interventi riguardo il quartiere di Little India, definito «noisy, crowded and not all that organised» dice: «"organised" is not always the best approach and while Chinatown is geared towards tourists, it is authentic heritage that gives visitors a meaningful experience. [...] Heritage derives its value from what is important to locals». Il tema dell'autenticità si ripropone continuamente in un paese che fatica a tenere salde le sue radici, create su terreni differenti, unitesi storicamente ma continuamente in movimento e in discussione. Per questo motivo lo schema precedentemente descritto e rappresentato sull'identità singaporiana come "in atto" rimane aperto, per arricchirsi di nuove

forme e di ulteriori temi. I luoghi, il cibo e le esperienze sensoriali esplorati in questo lavoro rappresentano la concretizzazione palpabile di quella che i singaporiani definiscono essere la loro identità, la loro risposta al distacco con il loro passato, quello che ritengono autentico. Ma è proprio il distacco, il *displacement*, a confermare la relazione con un'identità che, nonostante le difficoltà peculiari, si percepisce come reale. Si sente il distacco da qualcosa che prima si sentiva come proprio, centrale per la propria esistenza, concreto. Tuttavia è inutile andare alla ricerca dell'identità, perché non è una caratteristica oggettiva e non è fissa. E' un modo di essere, cambia. Bisogna ricercare in quali modi e dove l'identità viene rappresentata, messa in atto in continuazione.

L'identità singaporiana *sta* nei luoghi *hawker centres*, essa scaturisce dal rapporto tra le persone e il luogo fisico, ricco di esperienze culinarie e sensoriali uniche che, grazie a questa ricerca, ho vissuto in prima persona. La sfida futura riguarderà i cambiamenti che coinvolgeranno questi luoghi, cambiamenti sicuri, ai quali i singaporiani, ormai esperti, sapranno adattarsi, mantenendo nei gesti quotidiani il vivo legame con il proprio passato.

Sono venuta a trovare la mia amica Rozanna come ogni lunedì, ma oggi sarà l'ultimo lunedì. Mi ha comprato dei pensieri perché sa che sto per partire. Nella mezzora passata al kopitiam cinese accanto al Dunman food centre, seduta con Rozanna a sorseggiare kopi-c, passano o si fermano diverse persone del mercato conosciute in questi mesi: la donna del chiosco 22 che vende fish soup sta andando al supermercato Giant, poi ripassa e ci scambiamo un saluto, la figlia della proprietaria del chiosco 8 *First Delight* passa e ci saluta entrambe, anche lei era andata a comprare qualcosa. Alle 15.30 passa il cleaner cinese che attacca il turno a Dunman. Poi Jackie, che era seduto a mangiare al coffeshop, passa tornando nel chiosco al mercato. Il nonno di Karsandra, del chiosco dei *drinks* di Dunman, forse nel suo break, si siede al tavolo centrale, beve un kopi e mangia qualcosa, poi chiacchiera con Seng, il cameriere malese del kopitiam, che nei momenti tranquilli, si siede con lui. Alle 15.45 arriva Lim Khan, proprietario del chiosco del famoso *rojak*. Arriva in motorino con il suo casco blu, vedo che lo parcheggia dietro Dunman. Anche il marito del chiosco 22 passa, saluta Seng e va a comprare qualcosa verso sinistra in Joo Chiat Road, poi tornerà con una busta. Passa anche Milk, uno dei primi con cui ho parlato al Dunman food centre, che non vedevo da molto. Ogni volta che gli chiedo come sta mi risponde: "fine" ma titubante. Sembra proprio che oggi, mio ultimo giorno di campo, in cui sono seduta a scrivere al tavolo con la mia amica Rozanna, nel nostro silenzio complice, tutti gli attori principali di questa mia esperienza passino per di qua. O forse, è solo l'ultima conferma di quanto questo incrocio di strade, con il coffeshop e l'hawker centres del quartiere di Joo Chiat, sia vibrante, dinamico, ricco di relazioni e intersezioni di persone e vite.⁸⁵

⁸⁵ Annotazioni dal diario di campo, 29 febbraio 2016, ultimo giorno di campo.

APPENDICI

INTERVISTE

INTERLOCUTORE	Steven Ng
PROFESSIONE	hawker
DATA E LUOGO DELL'INTERVISTA	14 dicembre 2015, Dunman Food Centre
METODO DI RILEVAMENTO	Intervista semi-strutturata
CONDIZIONI DI RILEVAMENTO E OSSERVAZIONI	<p>Avevo preso accordi con Steven per incontrarci quel giorno. L'appuntamento era alle 9.00 al suo chiosco, nel Dunman food centre. Appena arrivai, lui uscì dal chiosco e si sedette al tavolo davanti, pronto a rispondere alle mie domande. Gli chiesi il permesso di registrarlo e lui accettò. La registrazione inizia con la spiegazione del procedimento di preparazione del suo piatto: il <i>wanton mee</i>.</p> <p>Tutte le registrazioni audio all'interno del mercato sono caratterizzate dai rumori esterni (ventilatori, movimento di persone, voci, suoni di cucina, canto di uccelli, rumori proveniente dalle strade adiacenti ecc...). Fortunatamente, la voce di Steven è chiara, e gli appunti presi nel taccuino durante le interviste hanno aiutato la sbobinatura completa.</p> <p>Durante la nostra conversazione Steven fuma una paio di sigarette, tenendole sotto il tavolo, sempre attento che non arrivi nessuno, poiché vietato. Nel raccontarmi la ricetta, molte sono le digressioni riguardo la sua storia e il lavoro di <i>hawker</i>.</p>
DURATA DELL'INTERVISTA	19'43"

Claudia: So what's the first thing you do? You cook the pork?

Steven: First thing I do in the morning I go to the market buy the veggies. Then I come here, I find the pork, the supplier leave it on the table every morning. Then I boil the pork fatties oil lah! I also cut the roasted pork. I think like one day I cut like about forty to fifty minutes, the roasted pork. It take from factory lah! Roasted pork ok and pork lard ok lah, I will boil my water lah! Then I cut my veggies, when the veggies ready I can start.

C: You buy them in the wet market?

S: Market, ya, wet market.

C: You go there to buy or they deliver them here?

S: You [Claudia] must go and buy in the wet market because very cheap!

C: I've been to Geylang Serai market and it's very nice.

S: It depends which market you go. Because Geylang Serai you go there ah, all it's new now, it's a new one, about fifteen years ago. This market lah [Dunman Food Centre] it's from 1965 untill now, renovation last here only.

C: I saw downstairs there is a sign about renovation.

S: Ya, ya.

C: So I've seen for some of the stalls here there's people who brings the ingredients.

S: Ya, ya, from factory. Normally last time lah, early in the Seventies, they are own-made one [the ingredients]. Now not anymore, because somehow too much less time. So like the chilli, the roasted pork, they took from factory. Someone the noodles also. Now is machine-make, last time hand made one, the noodles! Last time you use your hands to press the flour

C: Now there's no time.

S: No, no, no, now all is machines, automatic ones.

C: And you too, the noodles you buy them?

S: Ya from factory. Our recipe lah! We tell them put how many percent of flour, how many percent of water...

C: Oh you can tell them, that's nice.

S: Ya, ya it's our recipe lah! So our noodles is thicker than other's, our noodles very thick.

C: But are these egg noodles?

S: No, no. Actually egg noodles it means the flour more, many percent of water and eggs.

C: Because I saw the yellow one they have eggs, the white ones just rice flour, right?

S: No no, rice no. The white ones, the *kway tiao* lah, we call them *kway tiao*, that one no flour, that one is rice. Not our normal kind of rice, another type. Because rice ah, there is grain A, grain B, grain C, they use grain C lah. Grain A is the one you normally cook the rice. But you know the *soon kway*?

C: The little cakes?

S: Ya, ya, they're also made with same *kway tiao*.

C: Rice flour, so *kway tiao* means rice flour?

S: No, no, *kway tiao* means rice noodles, made from rice. There are also noodles made from veggies, they call veggie noodles, they're green colour. I think you go to Bedok, you can find them.

C: Really? You know in Italy we have noodles made from, you know, the squid ink? So they're black.

S: Ya, ya, it depends which ingredients you use, ya, ya.

(Breve pausa, poi lui torna a parlare della sua ricetta)

S: ...And the soup you must boil at least two hours. The soup. Then the taste will come, slowly slowly, slowly the taste will come.

C: You put some of the pork oil in the soup?

S: No, the pork bones

C: And you said it's all about the pork.

S: Actually the pork lah, all the cuts, all the parts you can use. Also the tail lah, you know the tail?

C: Yes, also the ears.

S: Even the face, in Thailand they eat it.

S: Normally we boil our soup lah, any kind of soup we normally use pig, or chicken.

C: Chicken in chinese medicine I've heard is good when you feel sick, chicken broth.

S: No, no, you feel sick, you've cough, so you cannot take chicken, or the cough will become very very serious. Chicken and orange you can't take, this two kind. Normally singaporeans also do.

C: No chicken and orange, I will follow this rule!

(Arriva un signore e apre il chiosco accanto a quello di Steven, il numero 20)

C: Is he the father of the guy who runs this stall?

S: Yes. He's one kind of person, He also don't know English lah! Actually this all men [intendendo le altre persone del mercato] you can talk two percent, all chinese dialects lah!

C: These three stalls they are chinese, right? (indicando i tre chioschi accanto al suo).

S: All chinese lah! Now downstairs there's also a malay stall, just started.

C: After I will go see. But what they sell?

S: No today they didn't come. I don't know what they sell but no business lah! Actually yesterday he came about five something he prepared the ingredients till like nine something, four hours to prepare the ingredients! Don't sell.

C: Because maybe people don't know there's a new stall.

S: Yesterday he sold no more than thirty dollars!

C: I think the beginning of a new business you should make people know you, and it takes time.

S: Yes but nearby here no malay. When you open a new place, you must tender. But first you should come and see the area. Actually lah, for me lah, one must see what kind of people,

what kind of business, what kind of crowd will come or not. He [the malay stall-holder] didn't lucky! Offer was very cheap so he just tender!

C: Yes, if there's no business how can you survive?

S: Actually you should come and see what business, otherwise not even one customer. For our [our stall] I see long long time already, so all the same. Actually long time ago I sold a lot of other things. When we started we sold fishball noodles, very popular, then we changed to fish soup. Then I took in 2000 and I started selling wanton noodles.

C: In my opinion I think it's better to focus only on one dish. Because I've seen other stalls have many recipes, but actually you have more customers.

S: You don't know why? Actually wanton noodles stalls, usually they have different type of noodles: mee pok, kway tiao. You go to coffeeshops, you see kway tiao.

C: So usually people can choose the noodles?

S: Yes. But I sell one kind, they cannot choose. If I get different orders, different kind of noodles, I cannot do, because different noodles have different time of cooking. Actually the kway tiao I put inside the hot water, "toc-toc" [fa il gesto che fa sempre di battere le lunghe bacchette di legno con cui gira i noodles nell'acqua bollente] in few seconds is ready, other kind you must cook longer time, two to three minutes. So no the same. I want very simple, I wanna say ok five bowls of noodles ordered I straight away put five bowls.

C: I saw you are very fast! You take less than one minute to prepare a bowl!

S: Yes, I have the timing in my mind. Actually for me, when I cook, when they order, the first thing I would throw the wantons inside the boil water, then I put the soya sauce and the fat oil in the plate, then I throw the mee [noodles], mum prepares the soup, then I wait about some time, in my heart I know when they are ready.

C: Because you have the timing in your head!

S: Yes! Because when I put the noodles, then the soup, then I talk with the customers, the noodles is cooked! Sometime will be hard sometime will be softer so I know the noodles inside. Because noodles sometime they come very good, sometime not so good, because it depends on the inside's noodles ingredients. Every day they're not the same. Because they import them from other countries, depending on the weather.

C: It's like in Italy we say the same about bread. When you make bread it depends on the weather, on the humidity of the air, so it will be more or less good depending on it.

S: Yes, the same. So now here it's raining, so the ingredient not so good, the veggies also not so good, because of the rain.

C: Before you were saying you have the timing in your mind, I think it's because after doing it every day for many years it become something mostly automatic, and you don't even think. So do you think while preparing your wanton mee?

S: No, I don't think anymore, I do this, then I do that. I do it almost automatically.

C: Do you feel you're better now than the beginning?

S: Of course! Now faster! If slow, the customers wouldn't come! Every day are all the same. I've got the timing in my mind. You know what? It's called experience. I started following my mother cooking as a hawker, nine years old I already help my father and mother.

C: You started watching them?

S: I didn't just watch, at eleven/twelve years old I started cooking the fishball noodles. Last time our family very poor, when we started one bowl was 70 cents, one dollar. One day we used to sell about one hundred of bowls of noodles. We were two parents, two brothers and

two sisters, so money were not enough to survive. Now it's been forty years already. Now I got two HDB flat, and I sell wanton noddles, now it's ok, life is very satisfying compared to others.

C: Yes, we should always saying we're lucky because there's always someone who is in a worse situation. So at eleven years old you already cook! Nowadays eleven years old boys they're not even able to...

S: No, now children they play internet, when I was a child, we played ball and simple playground's game. Now normally all the young people use internet, not able to do practical things like cooking.

(Ci interrompiamo perché arriva un cliente e Steven lo serve in meno di due minuti. A quel punto, spengo il registratore. Quando torna gli ripeto il procedimento di preparazione dei *wanton mee* come me lo ha raccontato, per verificare di aver colto ogni passaggio).

INTERLOCUTORE	Huay Koon Tan, funzionario della National Environment Agency (NEA), ufficio che gestisce gli hawker centres.
PROFESSIONE	Funzionario della NEA
DATA E LUOGO DELL'INTERVISTA	27 novembre 2015, uffici della NEA
METODO DI RILEVAMENTO	Intervista semi-strutturata
CONDIZIONI DI RILEVAMENTO E OSSERVAZIONI	Presi accordi via email con Huay Koon Tan, ci incontriamo nella sala riunioni degli uffici della NEA. Insieme a lui, un collega che lo aiuta nel supporto video di alcune <i>slides</i> che mi mostrano mentre parliamo. Seduti, io da un lato e loro dall'altro di un grande tavolo, parliamo per circa un'ora e mezza. L'intera intervista è stata registrata. Nello scambio di email precedente al nostro incontro mi era stato chiesto di indicare le domande che intendevo porre, che ho provveduto a presentare in una serie di punti di cui abbiamo discusso nel corso del colloquio.
DURATA DELL'INTERVISTA	1h 31' 56"

Claudia: First of all thank you very much for giving me this opportunity, it will be very useful for my thesis.

Huay Koon Tan: You're welcome. Did you find some information in our website?

C: Yes, but I also have many other questions, the ones I sent to you.

H: Yes, so I will try to answer your questions... When are you coming back to your country?

C: Next year on March, so I will stay five months in Singapore.

H: So you speak mandarin?

C: Yes, I studied mandarin.

H: 你会说中文吗? Nǐ huì shuō zhōng wén ma? [Sai parlare cinese?]

C: 我会说中文。 Wǒ huì shuō zhōng wén. [Si, so parlare cinese]

H: Great! So how long have you been in Singapore?

C: Yesterday was already two months I am here.

H: So you came all the way from Italy to study hawker centres? What gave you this interest in hawker centres?

C: So I am studying antropology, and last year I met a friend from Singapore, while we both were doing exchange in Sweden. He was studying sociology and we started to talk about my interest on the relationship between food and culture, and so he said you have to come to Singapore, so that's how I started getting information and documenting myself about Singapore, because actually I didn't know anything about Singapore before, like many Western people and many italians. They even don't know wher is Singapore, they think is....

H: ...They think is China! (ridono entrambi)

C: Exactly.

H: Where do you stay in Singapore?

C: I stay in Joo Chiat.

H: Joo Chiat! Oh that's how you got interested about Dunman food centre! So have you frequented the place?

C: Yes. I started going there from the first week I was here, and I went almost every day until now. So now they actually know me.

H: Is it the only hawker centre you have been to?

C: No. For the first two weeks I decided to go to as many hawker centres I could, and so I did. But after a while I decided to focus on Dunman food centre, because it's a smaller one and then I think in five months I can manage to do my research inside it. Otherwise the other ones were too big and I was afraid not being able to get in touch with the people, and I really need to talk with the people. So actually my kind of interviews, like ours, they are not journalistic kind of interviews, it's just, you know, talking and getting spontaneous information, it's just for me and my analysis.

(Breve pausa in cui i due colleghi cercano di collegare il computer al proiettore per visualizzare delle slides che avevano preparato da mostrarmi).

C: In the internet I found many information about other hawker centres, but not a lot about Dunman food centre.

H: Yes actually Dunman food centre is not very known, because it's small.

C: I know, and that's probably why there are not many information. So I'm here also because of that.

H: And we'll try to clarify your answers. Maybe we can start about a brief introduction on how hawker centres came about, then you'll probably understand today's situation.

So, back in the early 1950s and 60s Singapore was not as organized as we see now, actually we were under the British colonization and government. By that time, because was after the Second World War, there was widespread unemployment so people need to find forms of

income, and by that time the easiest way to gain employment was to become street hawker, that means you peddled your food stuff or you sell things on the street because you don't need any formal place you can just hawk along the street. So that time there were quite a number of street hawkers, and subsequently because street hawkers gave rise to hygiene and environmental problems because if you sell food that's prepared on the street it's relatively unhygienic.

C: Mainly in the tropical weather.

H: Yes, because also there was no potable water so sometimes they even get the water from the river to cook and wash so it was really unhygienic, and because people selling food they dispose their waste in a irresponsible manner, like in the roadside, or in the drains, giving rise to rats problems or pests. So that was the situation at that time. Anyway Singapore gave independence in 1965, and at that time our founding Prime Minister Mister Lee Kuan Yew, I think you've heard about him?

C: Ya.

H: So he has a vision he wants to develop Singapore first worldclass city, modernized one, despite of its size. And one way to stop all those environmental problems and street hawkers problems for him was he didn't want the hawkers to be on the streets, because if you want to develop Singapore in a modernize country, all these, you know, unpleasent way of selling, where you see them in the rise of the Western world? So in the late 1960s we have to relocate the hawkers, we have to move them from the streets to buildings, so we have to build buildings with proper facilities for these street hawkers, and these buildings we call them hawker centres, and actually they're places with proper water facilities, electricity, proper stalls, so the hawkers don't have to sell their stuff on the street anymore. So in 1961 we started to construct hawker centres. The all process took about fourteen years, the last hawker centre built for the purpose of resettling street hawkers was completed in 1985, when the last street hawker was taken off the street and moved to the hawker centre's stall. So that's how hawker centres came about. That would probably answer your question about the street hawkers regulation. Other questions about hawker centres' design and if they were built as

places for socialization: so actually the original purpose of building hawker centres was for hygiene and environment reasons, to relocate street hawkers, so now you don't see anymore people selling things on the street except the ones who have licences, otherwise no way you can see street vendors. Basically anybody who wants to sell things have to get a licence. So that's the original purpose of having hawker centres. And if you have checked on the website, right now, you see, we have the list of the hawker centres, and Dunman would be here. So if you wanna see which are the hawker centres under the NEA (National Environment Agency) administration this is, and right now we have 109 hawker centres.

(Indicando sulla slide la lista degli hawker centres di Singapore)

So going back to the original purpose of building hawker centres it was purely for environmental and hygiene problems, but subsequently because having a hawker stall is also a form of employment for maybe the relatively low income people so back in the late 70s and early 80s we do have application for getting a hawker stall for people who have low income or family problems or children to raise, and there were some criteria that needs to be fullfill, but unfortunately we don't have them anymore and I explain to you why. Because NEA we only formed in 2002 so originally all the buildings and management of hawker centres were carrying by our Housing and Development Board (HDB). It was only when NEA was formed in 2002, and because they were thinking it was better for the Environment Agency to deal with the so-called hygiene issues, that we started to manage hawker centres. So in 2004 the NEA got the regulation of all the hawker centres in Singapore. That's the background. And that's why a lot of former information about hawker centres I would not be able to address all your question because it was under the HDB.

But going back to what we were saying about the application to gain employment as a hawker, if you notice the role of hawker centres in Singapore gradually evolved: it originated just to resettled street hawkers and slowly it becomes a social objective, it becomes a form of employment for people who may not be able to find work or maybe because of the status they may not be able to find employment easily and back in the 80s I think that the concept of sexual equality was not as strong as it is now so also education I think women had less opportunities of education back in the early days so maybe for people who have lost their husbands they can find difficulties to find work so being a hawker was one way. So gradually

we see this evolution. Actually even nowadays we see people who may have lost their jobs, and in their fifties they may not be able to find another job elsewhere so becoming a hawker is an alternative. So we can argue that it slowly evolved to a social object. Actually somehow along the way people associate hawker centres prices with low and more affordable prices so they think that the government has to make sure that food prices are kept low or affordable as much as possible so the masses can afford to have affordable meals as compared to restaurants or food courts. And by the way I'm not sure whether you know the difference between food courts and hawker centres?

C: I don't know because I had many many different opinion about this, even some people answered we don't really know...

H: I think it's ok I can even show you later because when we finish I can bring you down to a food court which is actually just below.

C: Ok, thanks. Food court I think I got what is it, it's like the modern version of hawker centres?

H: Ok, there isn't really a modern or a old hawker centre. I wouldn't say modern or old but anyway let's go back to talk about hawker centre and we'll see later. So you see the unintentional evolution of the role of the hawker centres from a public hygiene one to a social one, so there's not actually a design view. Because most hawker centres when they were built in the 60s, because Singapore was aiming to be a modernized country, we were also clearing the slums. The view was that every singaporean should be able to afford their own house, their own flat, so at that time we started to construct flats and housing for the masses calling them housing estates. And besides the purpose of relocation of hawkers it has another objective of meeting the needs of the housing estates, because you know if you move a lot of people into certain estates or neighborhoods you have to make sure they have plenty of options of places where they can buy stuff so they don't have to travel far away, so within the neighborhood there should be a market or a hawker centre: so that's how a lot of hawker centres were built within these housing estates. For instance in this area we have like six hawker centres, singaporeans always have to find a hawker centre all the time! So because of

these things, because they were mainly built within housing estates so they were also places were to socialize. And answering your question it wasn't really meant to socialize but somehow because this is a place where people have to eat food, it's also a place where people buy stuff, you know vegetables, meat and their daily ingredients for cooking and at that time there were many housewives not working, taking care of the children, so they can go to the market everyday to buy fish, vegetables, you know, it became a place for socialization because going daily in the morning, once you finish your shopping you can just move to the hawker centre and maybe buy your lunch or drink a cup of coffee or chat with your neighbors.

C: So you are saying it's been a natural process not something it was planned?

H: Yes, somehow the place became a place of interaction and actually people of all races, our Singapore is a multiracial society, so people of all races would go there, there's no division in class, nowadays you know if you observe by yourself you can find people wearing ties, the so called working class, as well as the poorer people, people who would not frequently go to restaurants, the place is a melting pot, people of all races, all classes can get in there and there's no discrimination, it's not as if you are a lawyer, earning thousand dollars a month, and going to hawker centres degrades you, so you can see that actually is a leveler, a place where people of all backgrounds can come with not any fear of being looked down upon. So somehow along the way it becomes a social objective, ya. So that's one thing. It's the first thing. So in 1985 as I said before, once the resettling of the hawkers was completed, so no more, the government didn't build any more hawker centres. So the provision of the so called eating options was handled over to the private, so that's where it came up with the air-con food courts, and we also have coffeeshops, and these are places usually at the bottom of some flats, you know, where the chairs are typically the plastic chairs and round tables, and we call them coffeeshops, because they're usually dominated by the drinking stall which serves coffee.

C: And these are private, right?

H: Yes, they're privately owned. So everything continued this way until 2011, so four years ago. Ok four years ago our minister at that time he announced that the government after a gap

of 26 years, he announced that we are going to build hawker centres again. So the reason why are planning this is because over that period of time the population has increased tremendously, we have new housing estates, if you have new population you need flats for them, and if you build new flats for them and you don't have the hawker centres actually the residents gave feedback to the government requesting us to build hawker centres because, as I explain, because the rent charged by the government is very much lower than that charged by the private owners, so once rentals are low so the food prices sold by the hawkers are also lower, so if they're selling at lower price then the general public can afford to buy food. And you have been here for two months so you should have seen more of the chicken rice at hawker centres you pay 2.50, 3 dollars, like in Dunman, instead if you go to air-con you pay 5 to 6 dollars, coffee also in the food courts is 1,20, whereas in open-air coffeeshops is 90 even 80 cents. So for this reasons the masses of Singapore, those living in the new housing estates were giving feedbacks to the government asking for new hawker centres, so they can also enjoy lower food prices. So the government heard the voice of the people and decided to restart the building of hawker centres. So now actually, you see, the origin of the hawker centres was for public hygiene reasons, now is for social reasons. And these is the last one hawker centre, Ci Yuan hawker centre [indicando sulla slide l'ultimo nome nella lista dei 109 hawker centres dell'isola]. Maybe one day you can go there and compare by yourself how this new hawker centre is compared to the others. So if you wanna talk about the new hawker centres and the old I think this is what you should know.

C: But which one do you suggest to visit as an old hawker centre?

H: Ok actually Dunman is considered an old one, I think if you want, if you have time I can bring you to one nearby here in Toa Payoh, it's just across the road.

C: Sure, thank you very much!

H: Now it should be quiet though because it's a morning centre, but I can bring you there have a look how typical old hawker centres look like. Ok? So, that's the background of how the new hawker centres came about. So actually now we are building more, we will have another 19 by the year 2027, especially in many new housing estates we should have

sufficient eating options, so by 2030-2040 we will probably have even more hawker centres, but for now the plans is to have twenty new ones by the year 2027, and this last one, Ci yuan food centre, is the first one of these twenty. And the thing is because hawker centres are supposed to meet the needs of nowadays Singapore vibrant society, because now Singaporeans are working hard and usually in the families the husband and the wife both work, so sometimes they may not have time to cook dinner, usually they eat out. So the older hawker centres, because one of the problem of them is they are not able to work all day long, because they are humans, they need rest. So usually maybe they start operation in the morning and they stop after lunch, so for those working like me and my colleagues, after work we would go to a hawker centre and if it would have finished the business for the day it would be hard for us to buy food, and we won't be happy with such option. So the government took in consideration this and thought it would be better if the so-called organisation with stronger expertise in the so-called food centre management, or so-called eating place management, who are maybe more ready to commit to make the place more vibrant, to operate 24 hours throughout the day: that's why we decided to have new options when we build the new hawker centres: NEA builds the hawker centres but the management we give to a social enterprise. Now the reason why we say social enterprise is because as I said the hawker centre has a social objective so we cannot allow the so-called "food giants", privately ones to come and take it, because they would not have eshitation to come and raise rentals, they could come and charge 8 thousand dollars for a stall, and if this may happens the food prices may not be 2 dollars chicken rice or 90 cents coffee.

C: So you as NEA have to mantain the food prices low.

H: Yes. Social enterprise means that they can't change the object of meeting social requests. I mean they are not meant to run a charity, they still have to make a profit but the profit may not be above the evidence to go against social objectives. So it's a bit complex and we may not have the time to talk but I just wanna give you an idea of what is it.

C: Ok so just to confirm if I understood right: the new hawker centres will be given to these social enterprises to manage?

H: Yes, to manage about three years or more if they're successful. We can renew the so-called contract in which we say what they should do to manage the hawker centres.

C: So now it's like you're trying and if it works you'll continue this collaboration?

H: Exactly. This is a new concept, only three months old, so we won't be able to express the success or whether there are bad points or what we can do to do it better, we are still reviewing all the time, but this is the general direction we are taking. Ya.

(Mi mostrano delle immagini del nuovo Ci Yuan hawker centre)

H: It is inside the community club.

C: Is it outdoor or indoor?

H: It's indoor, inside the so-called giant building of the community club, where there are facilities for the community to interact, like karaoke rooms, community functions rooms, classes, activities, dancing, you know, and the hawker centre is inside this area.

C: I see. So wasn't one of the features of the hawker centre to be outdoor and without air-conditioning?

H: No, no, ok, hawker centres will always be without air-conditioning, at least at this point of time all our hawker centres have not air-con. So it's always an open-air concept. But for that one [indicando l'immagine del Ci Yuan food centre]...How should I explain? So, actually the giant building where the food centre is it's a four, five floors building, and the food centre is at the ground floor, instead for example Dunman food centre the all building is the hawker centre, like other places they're called markets or food centres and there are no other facilities inside the building. Or when I'll bring you to the other one you'll see the whole place is called market or hawker centre, purely, and there are no other facilities around, within the same

building. But what Ci Yuan is it's actually a five storeys building, at it's at the bottom, so it's still an open-air concept, but not really out-door.

(Interviene il collega di Huay Koon Tan)

Collega: You can make a comparison on the design of the old and the new hawker centres based on the furnitures, for example Ci Yuan food centre's fans on the ceiling are duplicated in size, to make the quality of the air better in the whole area of the market.

H: Yes, if you go there you'll see.

Collega: And also there have been renovations in the last years, so from the old hawker centres, the tables, the chairs have changed, and also re-painting, new colours and so on....

C: Ok. So is there a standard design of the hawker centres now?

H: Technically there's not a standard design but all the hawker centres, from the first project, they would usually have water supplies, refreshment area, plastic tables and chairs, you should have seen in Dunman food centre. The one other common feature of the hawker centres are the tables and the chairs which are fixed to the ground, as compared to the coffeeshops, where you can move the plastic chairs. Other standard design is usually they should have the electrical supplies, bins center where all the rubbish are collected, toilets of course, and they're the basic design and must be there. So typically those are the basic features when the hawker centres were built in the 1960s and 1970s, but! But, but, in 2001 we had the "Hawker Centres Upgrading Program", and I think if you check the website you will find information.

C: Yes, I actually have already checked everything.

H: So basically when they were upgraded, because originally in the 70s they usually have not an exhausting system, which alloud all the fumes to be exjected, so before if you go there to eat you meal, entering with fresh smell, after eating you hair and your clothes would smell

like *char kway tiao* [nome di un piatto] because all the fumes were all be inside the center, they cannot come out. So during the upgrade of the hawker centres they wanted to make sure that every stall has its own exhausting system, so that's one new standard feature, where possible the ceiling must be higher, where possible ah because some hawker centres are also small in size so some can be done some cannot, so where possible we try to make the ceiling higher during upgrading for better ventilation, we increased the numbers of tables and chairs, so that more people can come to have their meals, and there is also more business for the hawkers, then also we have the so-called wheel-chair friendly facilities, because I think in the early 1970s we were not so develop to have the friendly vision that people in the wheel-chair can also come to the hawker centres, so when we did the upgrading we make sure there are passages for them and escalators, and also, you know the dining area, we make sure that there are tables with no fixed chairs below, so that the wheel-chair can easily stay. So these are some of the standard features we have now.

Collega: Some of these features you cannot see in Dunman food centre because it's small.

H: So that's why I say some of these features are limited by the size of the place.

C: Ok then I was wondering if there's any difference between hawker centres and food centres.

H: No, it's the same.

C: And food courts instead?

H: Food courts are privately owned, and usually air-conditioned. I think now if you ask any Singaporean about food court they always associate them with air-con. And we as NEA we don't manage food courts, although we do inspect, our office do inspect the hygiene standard of the stalls in food courts, we control that they're actually selling hygienic, clean and edible food to Singaporeans. Because what the NEA do, and if you read the website, our job is to do many things and we want to make everything clear for Singaporeans, we call our job the "Nearly Everything Agency" [ride].

C: Yes, I have an NEA app in my phone and when there was the haze it said to me the level of pollution in the air, very useful.

H: Yes that's why "Nearly Everything" because we have to do with the environment and that include a lot of things. Because the government has to make sure that Singaporeans eat clean food, we don't want people to get diarrhia or food pollution, so even if it's a restaurant, if it's Mac Donald's, food courts or hawker centres, we do have officers who do regularly controls and if we find something wrong we can fine them we can suspend them or also stop the business, so we have an office dedicated to this. But for the management of the hawker centres we also have controls to make sure the social objective is respected, so to make sure the food prices are accessible for everyone.

C: And about the size of the stalls, because I've seen there's quite a standard size, but some stalls they have like the space of two stalls in one. So I guess the rent for them is higher.

H: You're talking about the stalls in the hawker centres?

C: Yes.

H: Ok, so originally when they built the hawker centres for the resettling of the hawkers, actually the stall's size it would be depending on the size of the hawker centre itself. For example Dunman food centre is a smaller centre, so it only have thirty stalls there, so because the building itself is limited in size you cannot expect the size of the stall to be too big, and they have to be the same in size, and I cannot remember the square metres but probably six to seven square metres, but actually they were smaller when they were built and during upgrading some of the hawker retired, and when they retire we can demolish the previous stall and make the new one bigger. So usually six to seven square metres, but, but.. if you look the new one like Ci Yuan food centre the new standard size is thirteen square metres, so actually they have to parts of the stall, the serving area in front, where people serve the food in the front, and the back, the so-caled "un-seen area". But actually now if you go to a hawker centre typically the stall is made to do everything, they would do the serving, the cooking and the washing of their bowls and plates in the same place, so it's a bit conjested, quite small. So the

actual size of the stalls depend of the actual size of the hawker centre, ya. If you've been to Newton food centre, just beside our main office in Newton MRT [metropolitan] station, you notice that that one is bigger, more spacious than Dunman food centre.

C: Do you mean the stalls' size or the whole place?

H: Stalls' size I think is more or less the same, maybe seven or eight square metres but if you see the size of the hawker centre is actually bigger so you have more stalls.

Collega: You have seen in the basement level in Dunman food centre there are three stalls which are bigger.

C: Yes, that's what I meant.

Collega: So the design of those stalls is different and they have higher rental as compared to the other stalls.

C: And it's their own choice to apply for the bigger ones, right?

H: Yes. And if they think their stall is too small and the next stall is available they can tender and use both. For instance in Tiong Bahru market, another very popular hawker centre, there was once stall, the owner demolished the wall between two different stalls, and the two stalls were joined together to form a bigger stall, he asked to do that and of course the rental is higher. I think he sells roasted pork, something like that.

C: In Dunman the bigger ones are in the basement but in the first level there's actually one stall, the frog porridge stall, which is supposed to be the best one in the food centre, they have two stalls but there is still a wall between them, and they work in both, is the same owner.

H: Yes, it's a personal choice whether to keep the wall or not, someone prefer not to have it to move better inside the stall, but it's their own expenses so they can decide. And actually if

they break down the wall once they retire they have to re-build the wall so it's not something so convenient or maybe they want to have more space and so...

C: Or maybe they prefer to divide the kitchen from the washing area and so on..

H: Correct.

Collega: The same for the drink stall, if you see the drink stall they have one area in the front and one in the back. So behind would be where they keep the drinks, the fridge, the ice-making machine, whereas in the front would be the serving area where they make the drinks.

H: Is not regularly seeing this in the old hawker centres because usually there was not divided stalls, usually one stall owner has one stall, ya.

C: And about the "multiracialism" policy in the hawker centres, the stalls distribution and if there is any rule about that.

H: Ok so now we have to go back in history, because when we resettled street hawkers the aim was to relocate them as close as possible to their original place. So if they were operating in Chinatown area so when the hawker centre is build in Chinatown usually the street hawkers would be there from Chinatown, you can't move hawkers from Toa Payoh for example to Chinatown, they wouldn't be happy to move. So similarly in Dunman food centre, if my history is correct the street hawkers they were near the Katong area in the early days, and some from the MacPerson area. So what happens was that originally, like in Chinatown most of the people are Chinese, like in Geylang Serai most of the communities they are Malays, so when a hawker centre is built typically the street hawker which are malay they would move to Geylang Serai. So in Chinatown when they built the hawker centre basically you see tha whole place is Chinese hawkers and you rarely will see a Muslim or an Indian stall there. So that was the original situation. But again as we move along we always make sure our policies are right for the times, and because we received feedbacks from people about races differences, and about the fact that becuase they are government hawker centres they are supposed to serve all Singaporeans but someone accused "I have only seen chinese stalls and

no malay stalls there”, and because we have to provide halal food for muslim people so the policy is that the hawker centre should have a minimum of 10 percent of the number of the stalls allocated for each so-called race. So there must have at least 10% chinese, 10% malay 10% halal, 10% indians where possible lah! Because sometimes now we may not be able to see it because of historical reasons and because as long as the hawkers don't give up the stall then we can't keep them up to make that in the so-called halal stall. But what we can do is once let's say we are in Chinatown, and they're all chinese hawkers, once a Chinese hawker retires or give up the stall giving it back to us, we would tender the stall to anybody who is interested to take over the stall but we stipulated “this stall is only for who sells halal food, or muslim food or indian food”, so at least we can try to bring up the percentage to 10 percent. So if you see [indicando la pagina web delle offerte di affitto (tender) degli stalls] if you go to “Services and Forms” and see “Tender Notice”, ok, so you see the indication “for halal food only”, so that means it's destined to halal food sellers only. So that's why you see a lot of the stall with the sign “for tender”, because we're trying to bring up the percentage of the eating options of the different races.

C: Yes, in Dunman food centre there are many stalls currently closed.

H: Ya, they're still for tender. But have you been to Old Airport food centre?

C: Yes, the first day I was in Singapore I went for dinner there.

H: Old Airport is actually more popular than Dunman, actually is the place where people go for suppers, and people like the place for the number of options, especially I like the variety of food there, it's just crazy lah! Actually you miss it but last year they sold crocodile there!

C: Really?

H: Ya. I think almost one year ago.

C: Going on is NEA committed in anyway to preserve the hawker centres' heritage?

H: What kind of heritage are you talking about?

C: I mean I realized that hawker centres are a unique features of Singapore...

H: Ok, we do have feedbacks from the so-called “food-gurus” of Singapore or food bloggers who request the government to preserve the hawker centres’ heritage. But now I think the fear of these food enthusiasts is the loss of certain types of food in Singapore. The thing is the reality here is that young people in Singapore they wouldn’t want to be a hawker, given them choice, ok, because we have too many carrier options here in Singapore, so younger people in Singapore unless they are really passionate or crazy about food typically they wouldn’t want to work as a hawker. One thing is because of the long hours, also maybe the relatively discomfort of working in a more hot environment because if you do cooking you probably have to sweat a bit, so the worry here is that if the young people don’t become hawkers and the old people one day they will retire or they will pass away and even if they are willing to pass on the recipes to the younger generations, the younger generations do not wish to continue these things there will be lost forever so the fabulous char kway tiao, the carrot cake or other fantastic dishes may be loss. So they’re asking us to preserve the hawkers heritage or to find ways to encourage the young people to enter this business. So actually this is something we are working on, but right now whether it’s something that we want to do it’s... How should I put it? We even started a hawker master private programme where we are looking to people willing to share their recipes with the younger generations, teach them how to cook certain dish so that they can pass on them, so we had this programme called : “Master Hawker Training Programme” so we match the hawker master with the training. However the response hasn’t been so great so far, they find the training so tough and say “I’d rather do something else!” So about this if you want a personal opinion and not the government position, my personal view is that sometimes something could be loss and I think we have to accept that, but that’s just my personal view, so it does not represents the government view. And the thing is even if we can come up with plans to attract the young people reality is that Singaporeans we have too many options, I think maybe we are too fortunate because we have so many opportunities of education, you know, young people get to travel, they get to go to exchange programs like Sweden, where you met that person, you know, we’re lucky! Our universities have many programs abroad, like in the United States, and so if they can’t find

job in Singapore they can go there, find a job, we have strong connection to Australia, to China, so they may not want to be a hawker, unless someone is crazy about food. So that's probably a limitation to what the government can do. Again this is my personal vision. My thoughts lah. I'm thinking from the prospective of a young Singaporean, imagining myself not as the government, but as someone who's looking for career choices, and suddenly government says "I have a plan for you!, I can make you, I can make conditions easy for you to become a hawker", I still am not too sure I would like it, I'll probably do something else, probably something more connected with what I've learned in my university education.

C: So do you think it exists the possibility that the hawker centres disappear?

H: No, no, no! The hawker centres won't disappear! We have to differentiate what is the thing you want to preserve: hawker heritage, what is the hawker heritage that we want to preserve? Actually the real thing that we want to preserve is the authentic dishes, the char kway tiao that we eat, maybe the carrot cake which is fried with the black sauce, or the chicken rice made with special ingredients, that's something that we may lose if the recipes are not passed down, so we need to have people to learn the art of making these dishes, otherwise we may not be able to eat that delicious char kway tiao in the future. But! We will still have hawkers in the future!

C: Maybe hawkers selling different food...

H: Maybe selling different food but there will still be people selling food, because Singapore has a practical view on food, we all need to eat, so we all know that there is the demand of that, so the demand will still remain, and it's not just hawker centres, we have so many eating options in Singapore, we have restaurants, we have cafés, we have food courts, we have coffeeshops, so how come we have this worry we won't have enough people to fill up the restaurants or the coffeeshops? Actually one reason is because the rule is that foreigners can work in restaurants, in cafés, in coffeeshops, but they cannot work in the hawker centres, working in our hawker centres is just for Singaporeans residents, so who knows? Maybe in twenty, thirty years if there is not people willing to take over the hawker centres job, we will open to foreigners! But there's still be people willing to cook, and people willing to eat, we

cannot say “If is a foreigner cooking that I refuse to eat”, but because if you are busy working and after a long day you cannot cook for yourself you just go buy food, and if there are eating options nearby your house or your residence even if it’s made by foreigners you’ll still buy it. Ya, so another thing is people who have lost their job, imaging I’m fifty years old and I loose my job, I would say it would be actually quite impossible to find a similar job, to have similar pay, so in that case I need to reconsider “maybe I have to move in the food industry and maybe become a hawker!” So what I’m trying to tell you is, and again this is more a personal opinion than the government view because we are still trying to figure out some of the things we can do or what are the thing we should do but personally we do not have to worry too much about not having enough people selling food or not having people becoming hawkers, but what we should be worried about is actually young people becoming hawker, and actually we shouldn’t even be worried about that because do we really need young people to be hawkers? You know, because young people have their own dreams. They have to choose what their interests are. So I don’t think is really something the government should do to encourage young people to be hawkers, I thing the only thing is the preservation of the so-called hawker heritage that I think it should be about the delicious recipes that may be lost forever. But the thing is that sometimes, as I said, we evolve, our taste evolves. But maybe some of the thing which may be lost forever...Not everybody likes char kway tiao, so you know, for you or for a particular food blogger this would be a big loss for Singapore hawker heritage, but for us, it’s ok, we can still eat! Maybe other forms of char kway tiao, maybe inferior in quality, inferior in taste but still good enough to satisfy our stomachs.

C: So you’re saying that instead the places hawker centres won’t disappear?

H: It won’t disappear! Because we are building more! The thing is that people want hawker centres. Because the thing is that hawker centres they are built by the government, managed by the government, and the objective is to make food prices at low rates for everyone. Singapore is a vibrant society and Singaporeans are busy people, so there will be always people cooking and people eating. The place of the hawker centres and the low prices will always be there. My personal view is that something could be loss, and we have to be aware of it. Of the hawker centre’s heritage we want to preserve the dish, the hawkers’ heritage is about the recipes. We receive feedbacks from the people about the loss of certain types of food and that we have to

find a way to encourage young people to work in the hawker centres. But they don't want to. There are so many options of educations for young people that do we really need young people to be hawkers? It won't be a parent's dream for their children so how can we encourage young people? The furnitures, the environment, the food, the people working might change yes, but will never disappear the place and the experience of eating in the hawker centre in Singapore.

(Breve pausa in cui io prendo appunti, e loro rivedono i punti da me inviati nella e-mail)

Collega: I want to precise that we don't control the prices of the food in the hawker centres, we just monitor it.

H: Correct. They are free to charge whatever prices they want, so even if they wanna serve ten dollars chicken rice they're free to do so, but hawkers also understand that they are also giving market forces so if they sell ten dollars chicken rice they probably make sure that their chicken rice is so fantastic that people are really willing to spend ten dollars for chicken rice, otherwise there are so many chicken rice stalls out there so...

Collega: Next question was about renovation and spring cleaning...

C: Yes. Because at Dunman the stall-holders they told me that before the renovation the business was good but after that the business actually went down. And they said the reason is probably because the centre was closed for one month, so people had to find other places where to eat, and after the re-opening of the hawker centres they didn't come back.

Collega: I guess if you find a place you're comfortable with the food over there, you keep on that, and after you went to a place for one month, you start go back to that place after that month. So they lost some people along the way but they can still survive. Because renovation is one every seven years or more.

H: And the reason why we need to do renovation is because hawker centres are heavily utilized, basically they can be open 365 days a year if they want to, so they operate every day, and because it's heavily utilized so the facilities need to be repaired, we need to do some re-

paintings, so usually once every seven years we close the centre for one month or more depending on the works we need to do, so sometimes the chairs, the tables need to be replaced, adjust the lighting, maybe fix some of the electric devices, to make the place, you know, we need to make maintenance lah! Unlike our MRT system! I'm not sure if you're familiar with Singapore's train system...

C: [Molto sorpresa] I find it just perfect!

H: You know for us because the trains break down more frequently than what we had in the past, so for us any put down in our MRT system is very unfrequently, but because now they're not doing regular maintenance so that's why now we're facing with these problems. Whereas for hawker centres we can't wait for the whole hawker centre to collapse or break down, so we have to do regular maintenance so once every seven year we close the food centre for a period so at least all the facilities are made to be new.

C: Instead the spring cleaning is just one day of closing the place?

Collega: Depends on the size of the centre, could be one to three days.

H: And it's usually done once every three months, because you know for SARS in 2003, 2004 I think, at that time we decided that our hawker centres need to be regularly closed to be carefully cleaned, so at least the place would be less easy to reach diseases, so that's why we do it every three months, so in a year we do four spring cleaning, and one would be major and the other three minors, so the minors once are usually just for one day, so the hawkers deeply clean the stalls, throw away the rubbish, the unwanted, clean away the exhausting system, but there would be a major one at least once a year, so they will be closed for a longer period of time maybe three days or maybe five days depending on the size of the centre.

C: And is it done by the cleaners team? And in each hawker centre there is a sort of cleaner boss? Because I think I've seen one in Dunman...

(Ridono)

H: It's called cleaners supervisor.

C: Ok. But there's not like a hawker centre's supervisor of the whole place?

Collega: That's us!

C: Ok. And is Dunman the smallest hawker centre?

H: It's one of the smallest but it's not the smallest. Ok it depends on what do you mean with the smallest, you mean the size, or the number of the stalls?

C: The number of stalls.

H: So then no, there's actually a smaller one somewhere near the Chinatown area.

C: But Dunman is one of the less known though, because I asked people and they don't know it. Maybe because it's a neighborhood food centre?

H: Neighborhood food centre...I wouldn't say it's a neighborhood food centre. Ok the thing is that Dunman is actually situated in the Joo Chiat area, so in the surroundings there are schools, there are clubs, shops, so not actually a neighborhood food centre. Toa Payoh [quello vicino ai loro uffici dove intende portarmi dopo l'intervista] is actually a neighborhood food centre. I wouldn't classify Dunman food centre as a neighborhood food centre, because is not really in a neighborhood, but we could argue that because it's near Marina Parade so there are still living apartments nearby, but typically I think is more shops property around the area, so it really depends on how you define a neighborhood. But later we'll go to a real, at least to what is for us a neighborhood food centre. And the hawker centre I'll bring you later, is not about the number of stalls, so it's not the smallest, but we're talking about the number of cooked-food stalls, then is the smallest, cause there are only like ten cooked-food stalls, the others are products selling.

C: Ok but just because people in Dunman told me they go there because they live close, but someone from far won't go to Dunman for food unless they know the food is really good.

H: Yes, they would probably go to Old Airport food centre if they are willing to travel from far away for suppers or to find a particular type of food. But why do you need to ask these questions? Is really connect with your thesis?

C: Yes, it's all connected.

H: I think you were interested in Dunman food centre because you live in the Joo Chiat area, not because it's one of the smallest food centre.

C: No it's because my thesis supervisor teaches anthropology of the space, so my thesis will start from the history of the hawker centres in general, but then I will have to focus on just one and my focus will be from the physical point of view first and then from the people's point of view, so I decided Dunman because it's a small one so I can easily get in touch and talk with the people everyday, otherwise in Old Airport or like Maxwell food centre they are really busy and they won't have time to talk with me, whereas Dunman since is a small one is easier.

H: So you should talk with them in Mandarin.

C: Oh ya, I already did t!

H: Great! So they would be more able to talk with you because some of them they only speak Mandarin and so they can share things with you.

C: Yes and some of them understood that I have to do this work, some didn't really understand but...

H: I think you should find the right time to talk with them, because if they're busy doing work they may not be able to stop talking with you.

C: Yes, of course, I always try not to disturb them while they have customers or they're busy, in that case I only observe.

H: But I think if you show you can speak Mandarin and you're interested in the hawker centres, they will open to you.

C: Aw, I really hope so. Then thank you very much for your kind help answering all my questions, it will be very useful for my research.

H e collega: You're welcome. And if you need any other help just write an email and we can manage to meet up again. And now if you want we can go to see Toa Payoh hawker centre nearby.

C: Sure!

IMMAGINI E FOTOGRAFIE



Figura 1. Simbolo usato ufficialmente in tutte le celebrazioni per i 50 anni d'indipendenza di Singapore. Immagine presa dal sito SG50 il 5 marzo 2017.

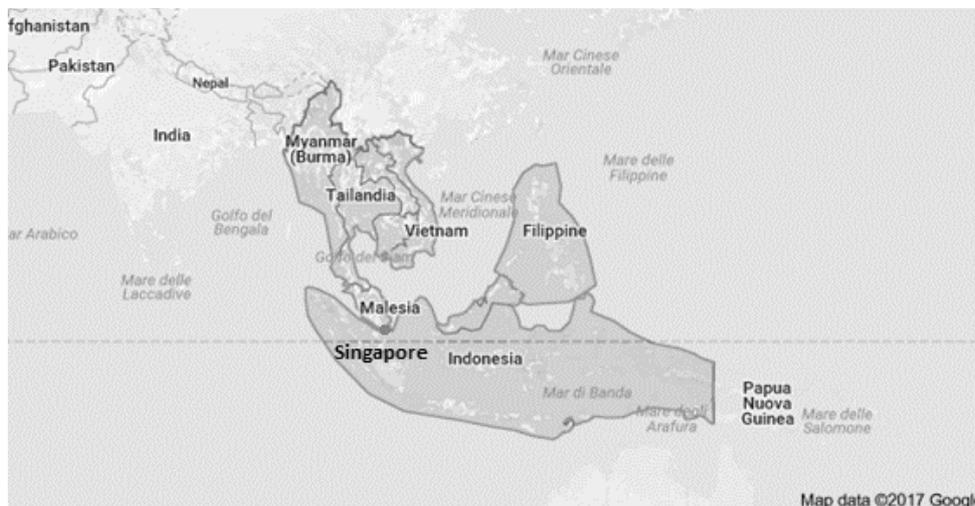


Figura 2. Mappa del Sud-est asiatico con i relativi Paesi.
Immagine presa da Google map il 6 marzo 2017.

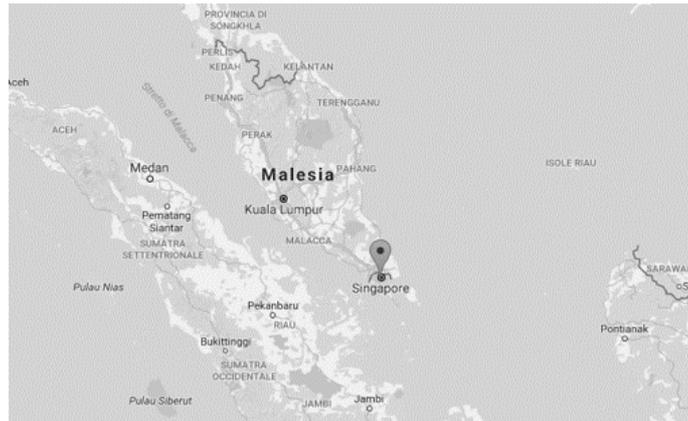


Figura 3. Mappa in cui si evidenziano la posizione di Singapore all'estremità sud della Malesia e lo Stretto di Malacca. Immagine presa da Google map il 6 marzo 2017.



Figura 4. Mappa raffigurante l'isola di Singapore, lo Stretto di Johor e lo Stretto di Singapore. Immagine presa da Google Map il 6 marzo 2017.



Figura 5. *The Esplanade from Scandal Point*, di J.T.Thomson, olio su tela, 1851, collezione del National Museum of Singapore. Immagine presa dal sito della National Heritage Board.



Figura 6. *Here they come*, Koeh Sia Yong, 1965, Singapore National Gallery. Immagine presa dal sito della National Heritage Board.

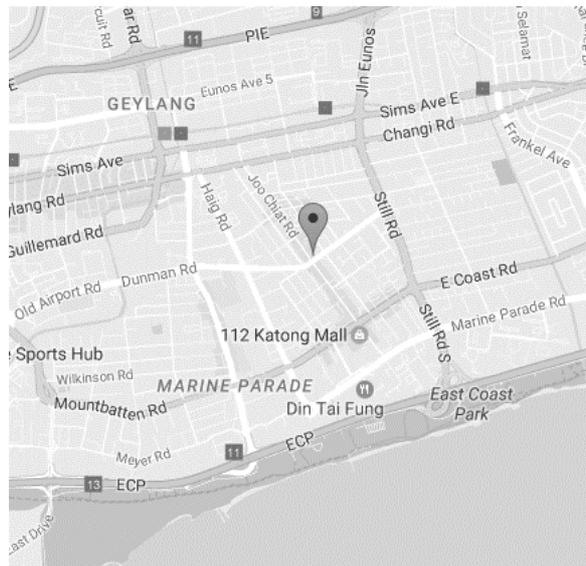


Figura 7. Joo Chiat Road evidenziata nella mappa dell'area esr di Singapore, con i quartieri di Geylang a nord e Marina Parade a sud, immagine presa da Google map il 18 aprile 2017.



Figura 8. Un esempio di *five-foot way* in Joo Chiat Road, foto di Francesca Rizzato.



Figura 9. Le colorate *shophouses* di Kong Seng Road, foto di Francesca Rizzato.



Figura 10. Il Tin Yeang Restaurant *coffeeshop*, all'angolo dell'incrocio tra Dunman Road e Joo Chiat Road, Foto di Claudia Squarzon.



Figura 11. Le colonne che sorreggono il Tin Yeang Restaurant *coffeeshop* e lo dividono dal marciapiede, Foto di Francesca Rizzato.



Figura 12. L'interno del Tin Yeang coffeeshop, con il dettaglio dei tavoli in legno, Foto di Francesca Rizzato.



Figura 13. Sullo sfondo il Tin Yeag Restaurant coffeeshop a sinistra e il Dunman Food Centre sulla destra (l'edificio verde nascosto dagli alberi), Foto di Claudia Squarzon.



Figura 14. *Joo Chiat Road in the early days*,
foto presa da *History of Joo Chiat, My Chew Joo Chiat Story*.



Figura 15. L'incrocio tra Kong Seng Road, Dunman Road e Joo Chiat Road,
visto da Joo Chiat Road, Foto di Claudia Squarzon.



Figura 16. L'incrocio tra Kong Seng Road, Dunman Road e Joo Chiat Road,
visto da Dunman Road, Foto di Claudia Squarzon.



Figura 17. La parte frontale del Dunman Food Centre, con l'entrata, il nome in evidenza e il parcheggio, Foto di Claudia Squarzon



Figura 18. Lato destro del Dunman Food Centre con alberi di jackfruit, Foto di Claudia Squarzon.



Figura 19. L'entrata principale del mercato, Foto di Claudia Squarzon.



Figura 20. Zona fumatori del Dunman food centre, Foto di Francesca Rizzato.



Figura 21. Le scale di entrata verso i due livelli del mercato, Foto di Claudia Squarzon.



Figura 22. Disposizione dei tavoli e delle sedie in plastica di colore verde nel piano superiore del mercato. Foto di Claudia Squarzon.



Figura 23. Stall 12, *Heng heng Prawn Mee Soup*. Foto di Francesca Rizzato.



Figura 24. La ricetta di Eng, *prawn mee soup*. Foto di Francesca Rizzato.



Figura 25. Stall 14, *Lau Hong Ser Rojak*. Foto di Claudia Squarzon.



Figura 26. La ricetta di Lim Khai, *rojak*. Foto di Francesca Rizzato.



Figura 27. Stall 17, *Jia Dong Shu Shi*. Foto di Claudia Squarzon.



Figura 28. La ricetta di Kim Seng, *Popiah*. Foto di Francesca Rizzato.

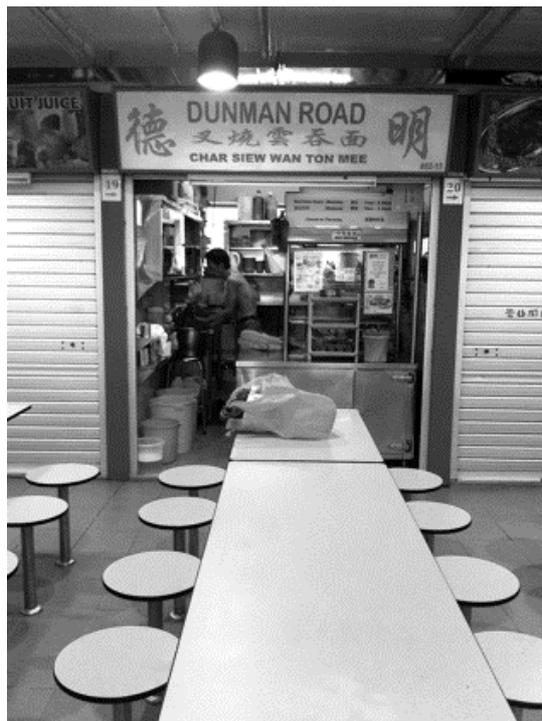


Figura 29. Stall 19, *Dunman Road Char Siew Wanton Mee*. Foto di Claudia Squarzon.



Figura 30. La ricetta di Steven, *Char Siew Wanton Mee*. Foto di Francesca Rizzato.

BIBLIOGRAFIA

ABSHIRE Jean

2011, *The history of Singapore*, The Greenwood Histories of the Modern Nations, United States of America.

APPADURAI Arjun

1981, *Gastro-politics in Hindu South Asia*, in *American Ethnologist*, vol. 8, pp. 494-511.

BARKER Edmund William

1966, *Report of the Constitutional Commission*, Government Publications Bureau, Singapore.

BARTH Friedrich

1969, *Ethnic groups and boundaries: the social organisation of culture difference*, Little Brown, University of Michigan.

BARTHES Roland

1961, *L'alimentazione contemporanea*, in *Scritti. Società, testo, comunicazione*, trad. it., Einaudi, Torino, 1998, pp. 31-41.

1979, *Toward a psychosociology of contemporary food consumption*, in *Food and culture: a reader*, a cura di Carole Counihan, Penny Van Esterik, Routledge, New York e Londra, pp. 23-30.

BASTIN John

2014, *Raffles and Hastings: private exchanges behind the founding of Singapore*, Marshall Cavendish International, Singapore.

BELASCO Warren

2008, *Food: The key concept*, Berg Publishers, Oxford-New York.

BELL David, GILL Valentine

1977, *Consuming geographies: we are where we eat*, Routledge, Londra.

BENJAMIN Geoffrey

1976, *The cultural logic of Singapore's multiracialism, in Singapore: society in transition*, Oxford University Press, Kuala Lumpur.

BOAS Franz

1940, *Race, language and culture*, University of Chicago Press.

BOURDIEU Pierre

2003, *Per una teoria della pratica. Con tre studi di etnologia cabila*, Raffaello Cortina Editore, Milano, (ed. or.1972).

2001, *La distinzione. Critica sociale del gusto*, Il Mulino, Bologna, (ed. or. 1979).

BUN Chan Kwok, Tong CHEE-KIONG,

2003, *Past Times. A social history of Singapore*, Times Editions, Singapore.

CAMPORESI Piero

1980, *La terra e la luna. Alimentazione, Folclore, società*, Garzanti, Parma.

CHIA Yeow Tong

2012, *History education for Nation building and State formation: the case of Singapore*, University of Sidney Press, Sidney.

2015, *Education, culture and the Singapore developmental State. World-soul lost and regained?*, Palgrave Macmillan, Sidney.

CHOON Ban Kah, PAKIR Anne, CHEE-KIONG Tong

2004, *Imagining Singapore*, Times Academic Press, Singapore

CHUA Beng Huat

2005, *Taking group rights seriously: multiracialism in Singapore*, Asia Research Centre, National Library of Australia.

CHUA Beng Huat, RAJAH Ananda,

2001, *Hybridity, ethnicity and food in Singapore*, in *Changing Chinese foodways in Asia*, The Chinese University of Hong Kong, Hong Kong, pp.161–98.

CLASSEN Costance

1993, *Worlds of sense. Exploring the senses in history and across cultures*,
Routledge, Londra e New York.

CLASSEN Constance, HOWES David

2013, *Ways of Sensing*, Routledge, New York.

CONNERTON Paul

2009, *How modernity forgets*, Cambridge University Press, trad. it., *Come la
modernità dimentica*, Einaudi, Torino, 2010.

CSORDAS Thomas

1990, *Embodiment as a paradigm for anthropology*, in *Ethos*, vol. 18, pp. 5-47.

1999, *Embodiment and cultural phenomenology*, in Gail Weiss, Honi Fern
Haber, *Perspective on Embodiment: the intersection of nature and
culture*, Routledge, pp.143-62, trad. it., *Incorporazione e
fenomenologia culturale*, in *Annuario di Antropologia*, III, Meltemi,
Roma, 2003, pp. 19-42.

DE CERTEAU Michel,

2005, *La Scrittura dell'altro*, Raffaello Cortina, Milano, pp.29-66
(ed. or. 1975)

DE MARTINO Ernesto

1977, *La fine del mondo. Contributo all'analisi delle apocalissi culturali*,
Einaudi, Torino.

DE SARDAN Olivier

2005, *Anthropology and development. Understanding contemporary social change*, Zed Books, Londra, (ed. or. 1995).

DOUGLAS Mary

2003, *Purezza e pericolo. Un'analisi dei concetti di contaminazione e tabù*, trad. it., Il Mulino, Bologna (ed. or. 1966).

1975, *Implicit meanings. Essays in Anthropology*, Routledge e Kegan Paul, Londra.

1984, *Food in the social order: studies of food and festivities in three american communities*, Russell Sage Foundation, New York.

DURUZ Jean, KHOO Gaik Cheng

2015, *Eating together. food, space, and identity in Malaysia and Singapore*, Rowman & Littlefield, Londra.

FABIETTI Ugo

2013, *L'identità etnica. Storia e critica di un concetto equivoco*, Carocci, Roma.

FARB Peter, ARMELAGOS George

1980, *Consuming passions: the anthropology of eating*, Houghton Mifflin, Boston.

FELD Steven

1982, *Sound and sentiment. Birds, weeping, and poetics and songs in kaluli expression*, University of Pennsylvania Press, Philadelphia.

1986, *Orality and consciuosness*, in Tokumaru Y. E Yamaguti O., (a cura di), *The oral and the literate in music*, Academia Music Ltd, Tokio.

1991, *Sound as a symbolic system*, in Howes D., (a cura di), *The variety of sensory experience. A sourcebook in the anthropology of the senses*, University of Toronto Press, Toronto, pp. 79-99.

FISCHLER Claude

1979, *Gastro-nomie et gastro-anomie*, in *Communications*, vol. 31, pp.189-210.

FRANCESCHI Zelda Alice, PEVERI Valentina

2013, *Pop Food. Il cibo dell'etnografia*, I Libri di Emil, Bologna.

GEERTZ Clifford,

1987, *Interpretazione di culture*, Il Mulino, Bologna, (ed. or. 1973).

GIDDENS Anthony

1984, *The constitution of society: outline of the theory of structuration*. Cambridge, Polity Press.

GRICE Kevin,

1988, *The Institutionalisation of Informal Sector Activities: a case study of cooked food hawkers in Singapore*, National University of Singapore, Singapore.

HEIDEGGER Martin,

2011, *Essere e Tempo*, Mondadori, Milano, (ed. or. 1927).

HENDERSON Joan

2004, *Food as a tourism resource: a view from Singapore*, *Tourism Recreation Research*, 29(3): 69-74.

HERZFELD Michael

2006, *Antropologia. Pratica della teoria nella cultura e nella società*, Seid editori, Firenze.

HOWES David

1991, *The Varieties of Sensory Experience: A Sourcebook in the Anthropology of the Senses*, University of Toronto Press, Toronto.

INGOLD Tim

1994, *The art of translation in a continuous world*, in Palson G. (a cura di), *Beyond Boundaries: Understanding, Translation and Anthropological Discourse*, Berg, Oxford, pp.210-240.

2000, *The Perception of the Environment*, Routledge New York.

2001, *Ecologia della Cultura*, Meltemi, Roma.

JACKSON M.

1983, *Knowledge of the body*, In *Man*, Vol. 18, No. 2, pp. 327-345, Royal Anthropological Institute of Great Britain and Ireland.

JOSEY Alex

1968, *Lee Kuan Yew: the crucial years*, Marshall Cavendish International Asia, Singapore.

KONG Lily

2001, *Joo Chiat: A living legacy*. Singapore, Joo Chiat Citizens' Consultative Committee, National Archives of Singapore, Singapore.

2007, *Singapore hawker centre. People, places, food*, National Environment Agency Singapore.

KONG Lily, SINHA Vineeta

2016, *Food, foodways and foodscapes. Culture, community and consumption in post-colonial Singapore*, World Scientific Publishing Co.Pte. Ltd, Singapore.

LAI Ah Eng

2010, *The kopitiam in Singapore: an evolving story about migration and cultural diversity*, Asia Research Institute of the National University of Singapore, Singapore.

LE BRETON David

2006, *Il sapore del mondo. Un'antropologia dei sensi*, Raffaello Cortina Editore, Milano.

LEE Hsien Loong

2015, *Prime Minister Lee Hsien Loong's National day message in full*, «Today», 8 agosto 2015, Singapore.

LEE Kuan Yew

2000, *From third world to first: The Singapore story: 1965-2000*, Harper Collins Publishers, Singapore.

1998, *The Singapore story: memoirs of Lee Kuan Yew*, Times Edition, Singapore.

LEONG Lee Voon,

1976, *Hawkers in Singapore*, National University of Singapore Press, Singapore.

LÉVI-STRAUSS Claude

1960, *Tristi tropici*, tr. it., Il Saggiatore, Milano, (ed.or. 1955).

1967, *Elogio dell'antropologia*, trad. it., in *Razza e storia e altri studi di antropologia*, Einaudi, Torino, pp. 47-82, (ed. or. 1960).

1966, *Antropologia strutturale*, trad. it., Il Saggiatore, Milano, (ed. or. 1958).

1966, *Il crudo e il cotto*, trad. it., Il Saggiatore, Milano, (ed. or. 1964).

1971, *Le origini delle buone maniere a tavola*, trad. it., Il Saggiatore, Milano, (ed. or. 1968).

1996, *L'identità*, Sellerio Editore, Palermo.

LIGI Gianluca

2003, *La casa saami. Antropologia dello spazio domestico in Lapponia*, Il Segnalibro, Torino.

MACCANNEL Dean

1976, *The tourist: a new theory of the leisure class*, University of California Press, Los Angeles.

MALIGHETTI Roberto, MOLINARI Angela,

2016, *Il metodo e l'antropologia. Il contributo di una scienza inquieta*, Raffaello Cortina Editore, Milano.

MALINOWSKI Bronislaw

2004, *Argonauti del Pacifico Orientale. Riti magici e vita quotidiana nella società primitiva*, trad. it. Bollati Boringhieri, Torino, (ed. or. 1922).

MARRONE Gianfranco

2014, *Buono da pensare. Cultura e comunicazione del gusto*, Carocci Editore, Roma.

MAUSS Marcel

1977, *Le tecniche del corpo*, in *Teoria generale della magia e altri saggi*, Einaudi, Torino, pp. 383-409 (ed. or. 1936).

MCGEE Terence Gary, YEUNG Yue-Man

1977, *Hawkers in Southeast Asian Cities. Planning for the Bazaar Economy*, International Development Research Centre, Ottawa.

MERLEAU-PONTY Maurice

2003, *Fenomenologia della percezione*, tr. it., Bompiani, Milano, (ed.or. 1945).

MIKSIC John, GEK Low Mei Cheryl-Ann,

2005, *Early Singapore 1300s-1819: Evidence in maps, text and artefacts*, Singapore History Museum Press, Singapore.

MONTANARI Massimo

2002, *Il mondo in cucina. Storia, identità, scambi*, Laterza, Roma-Bari.

MOORE Donald and Joanna

1969, *The First 150 years of Singapore*, Donald Moore Press, Singapore.

NIOLA Marino

2017, *La strada è ormai una caffetteria a cielo aperto*, «D di Repubblica» del 17 giugno, p. 46

ONG Walter Jackson

1967, *The presence of the world*, Yale University Press, New Haven

PIASERE Leonardo

2002, *L'etnografo imperfetto. Esperienza e cognizione in antropologia*, Laterza, Roma-Bari

PROUST Marcel

1961, *La Strada di Swann*, tr. it., In *Alla Ricerca del tempo perduto*, Einaudi, Torino, vol. I, (ed.or.1927).

REMOTTI Francesco

1996, *Tesi per una prospettiva antropo-poietica*, in *Le fucine rituali. Temi di antropo-poiesi*, Torino, Il Segnalibro, pp. 9-25.

2007, *Contro l'identità*, Roma, Laterza.

SCHULTZ Patricia

2010, *1000 Places to see before you die: a traveler's lifelist*, Workman Publishing, New York.

SEEGER Anthony

1975, *The meaning of body ornaments*, in «Ethnology», vol.14, num.3, pp. 211-224

1980, *Nature and society in central Brazil. The Suyu indians of Mato Grosso*, Harvard University Press, Cambridge.

SELVARAJ Velayutham

2009, *Everyday racism in Singapore*, in *Everyday multiculturalism*, Amanda Wise e Selvaraj Velayutham, Springer, pp.255-273.

SEREMATAKIS Nadia

1991, *The last word. Women, death and divination in inner Mani*, Chicago University Press, Chicago.

1994, *The senses still. Memory and perception as material culture in modernity*, Westview Press, Chicago.

SOLOMON Eli, LOH Alice

1997, *Sir Thomas Stamford Raffles: a comprehensive bibliography*, Singapore Resource Library, National Library Board.

STOLLER Paul

1989, *The taste of ethnographic things*, University of Pennsylvania Press, United States of America

1989, *Fusion of the worlds: An ethnography of possession among the Songhay of Niger*. University of Chicago Press, Chicago.

1997, *Sensuous scholarship*, University of Pennsylvania Press, Philadelphia.

SUTTON David

2001, *Food and the Senses*, The Annual Review of Anthropology

2010, *Remembrance of Repast. An Anthropology of Food and Memory*, Berg, Oxford.

TAN Christopher

2010, *What is Singapore Food?*, in Joyceline Tully e Christopher Tan, *Heritage Feasts: A Collection of Singapore Family Recipes*, Singapore, Miele Pte Ltd, pp. 15-26.

TARULEVICZ Nicole

2013, *Eating her curries and kway. A cultural history of food in Singapore*, University of Illinois Press, United States of America.

TURNBULL Constance Mary

1977, *A history of Singapore 1819-1975*, Oxford University Press, California.

TURNER Victor

1985, *On the edge of the bush: anthropology as experience*, University of Arizona Press, Tucson.

WEBER Max

1958, *The protestant ethic and the spirit of capitalism*, Scribner's, New York.

WENGER Etienne

2006, *Communities of practice: the social fabric of a learning organization*, Raffaello Cortina Editore, Milano.

WIKAN Unni,

1992, *Beyond the words: the power of resonance*, American Ethnologist.

SITOGRAFIA

Annual Review of Anthropology

<http://www.annualreviews.org/doi/abs/10.1146/annurev.anthro.012809.104957>

Data di consultazione: 15/03/2017

Department of Statistics Singapore

<http://www.singstat.gov.sg/statistics/latest-data>

Data di consultazione: 08/02/2017

Dizionario Treccani di Economia e Finanza

http://www.treccani.it/enciclopedia/tigri-asiatiche_%28Dizionario-di-Economia-e-Finanza%29

Data di consultazione: 04/02/2017

Encyclopedia Britannica

<https://www.britannica.com/topic/Sejarah-Melayu>

Data di consultazione: 26/02/2017

Global Urban Development. Singapore Metropolitan Economic Strategy Report

<http://www.globalurbandevelopment.org/GUD%20Singapore%20MES%20Report.pdf>

Data di consultazione: 05/02/2017

History Singapore. An online resource guide

<http://eresources.nlb.gov.sg/history/events/a7fac49f-9c96-4030-8709-ce160c58d15c>

Data di consultazione: 25/01/2017

History of Joo Chiat, My Chew Joo Chiat Story

<http://mychewjoochiat.blogspot.it/2009/03/history-of-joo-chiat-road.html>

Data di consultazione: 25/02/2017

Journal of the American Ethnological Society

<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1525/ae.1981.8.3.02a00050/full>

Data di consultazione: 18/04/2017

<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1525/ae.1992.19.3.02a00030/abstract>

Data di consultazione: 02/05/2017

Journal of Tourism and Recreation Research

<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02508281.2004.11081459>

Data di consultazione: 24/04/2017

JSTOR- Man

<http://www.jstor.org/stable/i330156>

Data di consultazione: 6/04/2017

Meteorological Services Division, National Environmental Agency

<http://www.nea.gov.sg/>

Data di consultazione: 04/02/2017

National Archives of Singapore

<http://www.nas.gov.sg/archivesonline/data/pdfdoc/lky19650809b.pdf>

Data di consultazione: 07/02/2017

National Archives of Singapore

<http://www.nas.gov.sg/archivesonline/>

Data di consultazione: 07/02/2017

National Environment Agency

<http://www.nea.gov.sg/public-health/hawker-centres/announcements-notices>

Data di consultazione: 12/02/2017

National Heritage Board

<https://roots.sg/Roots/learn/collections/listing/hp-0054>

Data di consultazione: 07/02/2017

National Library Board Singapore

http://eresources.nlb.gov.sg/infopedia/articles/SIP_1160_2008-12-05.html

Data di consultazione: 25/01/2017

National Environment Agency

<http://www.nea.gov.sg/public-health/hawker-management/announcements-notice>

Data di consultazione: 13/03/2017

<http://www.nea.gov.sg/public-health/hawker-management/hawker-centres-and-markets-in-singapore>

Data di consultazione: 13/03/2017

Newspaper Singapore

<http://eresources.nlb.gov.sg/newspapers/Digitised/Article/straitstimes19670512-1.2.20>

Data di consultazione: 27/02/2017

Port of Singapore Authority (PSA)

<https://www.singaporepsa.com/about-us>

Data di consultazione: 05/02/2017

Singapore Government, Ministry of National Development, Land Use Plan 2015

<http://www.mnd.gov.sg/landuseplan>

Data di consultazione: 05/02/2017

SG50 Programme Office

<https://www.sg/sg50>

Data di consultazione: 05/03/2017

Speech by the Prime Minister inaugurating the “Keep Singapore Clean” campaign on Tuesday, 1st October 1968

<http://www.nas.gov.sg/archivesonline/data/pdfdoc/lky19681001.pdf>

Data di consultazione: 08/03/2017

The Economist

<https://www.economist.com/news/special-report/21657610-sense-vulnerability-has-made-singapore-what-it-today-can-it-now-relax-bit>

Data di consultazione: 03/03/2017

The Huffington Post, The Blog

http://www.huffingtonpost.com/kf-seetoh/laws-of-singapore-hawker-centres_b_1837600.html

Data di consultazione: 16/04/2017

The Guardian

<https://www.theguardian.com/world/2017/apr/18/the-best-street-food-on-the-planet-but-bangkok-bans-its-roadside-stalls>

Data di consultazione: 18/04/2017

<https://www.theguardian.com/global/2017/aug/27/will-bangkok-street-food-ban-hold>

Data di consultazione: 27/08/2017

The Independent

<http://www.independent.co.uk/travel/news-and-advice/bangkok-bans-street-food-chinatown-yaowarat-khao-san-road-thailand-capital-city-a7690526.html>

Data di consultazione: 18/04/2017

The Straits Times

<http://www.straitstimes.com/singapore/little-india-isnt-messy-its-authentic>

Data di consultazione: 22/12/2017

The Telegraph

<http://www.telegraph.co.uk/travel/news/bangkok-bans-street-food-stall-vendors-thailand/>

Data di consultazione:

Today online

<http://www.todayonline.com/singapore/pm-lees-national-day-message-2015>

Data di consultazione: 03/03/2017

Wiley Online Library

<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1525/eth.1990.18.1.02a00010/full>

Data di consultazione: 18/04/2017