



Aprile 2023
 pp. 300, 15x21 cm, bross.
 ISBN: 9791254692240 | €29,00
 EBOOK (PDF)
 ISBN: 9791254692745 | €16,99

COLLANA
 I libri di Viella, 454

In copertina: Pubblicità delle polpette
Chef Boy-ar-dee Meat Balls, da *Famous
 Italian Dishes by Chef Hector Boiardi*, ca.
 1930.

SUBJECT BISAC

HISTORY / Europe / Italy
 HISTORY / United States / 19th Century
 HISTORY / United States / 20th Century
 HISTORY / Modern / 20th Century / General
 HISTORY / Social History
 SOCIAL SCIENCE / Emigration & Immigration
 POLITICAL SCIENCE / Political Ideologies / Fas-
 cism & Totalitarianism

Viella Libreria editrice
 via delle Alpi, 32 00198 ROMA
 tel: 06 84 17 758 | fax: 06 85 35 39 60
 www.viella.it | info@viella.it

Federico Chiaricati

Identità da consumare

L'alimentazione nelle comunità italoamericane tra interessi economici e propaganda politica (1890-1940)

Verso la fine del XIX secolo il flusso migratorio verso gli Stati Uniti divenne un fenomeno di massa. Prese progressivamente piede una complessa rete transnazionale costituita da persone, idee, capitali e merci che unì le due sponde dell'Atlantico.

I prodotti alimentari, e i significati economici, politici, sociali e culturali legati al loro consumo, furono uno degli elementi con cui si costruì l'identità di un gruppo etnico discriminato nell'ambito della struttura sociale razzista americana.

Tenendo presente le categorie di razza, classe, genere e generazione, il volume analizza le forme attraverso cui l'Italia liberale e fascista, i governi statunitensi, gli imprenditori e commercianti italiani e americani hanno tentato di modellare la quotidianità dei consumatori etnici.

Federico Chiaricati è assegnista di ricerca presso l'Università di Trieste. Collabora con l'Istituto Parri - Bologna Metropolitana e il Comitato Regionale per le Onoranze ai Caduti di Marzabotto. I suoi interessi di ricerca si concentrano prevalentemente sulla storia dei consumi, la storia degli Stati Uniti e la storia del fascismo.

INDICE

Introduzione

1. Il ruolo dello Stato italiano: dai governi liberali al fascismo

1. Il dibattito sull'emigrazione

2. La svolta del 1896

3. La legge del 1901, il CGE e il «Bollettino dell'Emigrazione»

4. Il vino e il mito della California

5. Le inchieste agricole e le "due Italie"

6. Il fascismo

2. Politica, quotidianità e identità: classe, razza, genere e generazione tra pubblicità e consumi alimentari

1. L'industria pubblicitaria e l'affermazione della marca

2. I brand, tra storia e politica

3. "Tipo italiano": regionalismo e nazionalismo, qualità e imitazioni

4. Immaginazione e mobilitazione: come vivere l'Italia fuori dall'Italia

5. Riprodurre e inventare l'Italia nel tempo e nello spazio

6. Genere e generazioni: immagini e ruoli nelle relazioni familiari

7. Un altro canale: la radio

3. La rete e la struttura dell'imprenditoria etnica

1. Una premessa introduttiva

2. Le camere di commercio italiane all'estero

3. Reti e ruoli imprenditoriali

4. Le esposizioni universali

5. Il vino e il proibizionismo

4. Il contesto americano

1. Stato e impresa: consumi e americanità proposti agli italiani

2. Pubblico e privato: educazione alimentare, latte e rubriche femminili

3. La scoperta dei consumatori e delle consumatrici italiane e la commodified Italianness

4. Cucine, olio, nazione e religione

5. Nuovi prodotti americani: chewing gum e Coca-Cola

Conclusione

Bibliografia

Indice dei nomi

Indice dei luoghi