

I TERRITORI LOCALI

Fra valorizzazione endogena
e fruizione turistica sostenibile

a cura di
Marina Marengo e Enrico Bernardini



I quaderni di TeTusLab

1

Collana diretta da:

Marina Marengo e Nicoletta Varani (*Università di Genova*)

Comitato Scientifico:

Guido Amoretti (*Università di Genova*)

Franco Bochicchio (*Università di Genova*)

Franco Manti (*Università di Genova*)

Federico De Boni (*Università di Genova*)

Enrico Bernardini (*Università di Genova e Università di Ginevra*)

Andrea Riggio (*Università di Cassino*)

Dino Gavinelli (*Università di Milano*)

Flavia Cristaldi (*Università di Roma La Sapienza*)

Mauricette Fournier (*Università di Clermont-Auvergne*)

Marco Alberio (*Université du Québec à Rimouski e Università di Bologna*)

Flavio Lucchesi (*Università di Milano*)

Diana Spulber (*Università di Mosca*)

Lucrezia Lopez (*Università di Santiago di Compostela*)

Greta Tommasi (*Università di Limoges*)

I TERRITORI LOCALI

Fra valorizzazione endogena
e fruizione turistica sostenibile

Atti del convegno del 30 e 31 marzo 2021

a cura di

Marina Marengo e Enrico Bernardini

Comitato scientifico del convegno: Guido Amoretti, Enrico Bernardini,
Franco Manti, Marina Marengo, Nicoletta Varani

In copertina: composizione di foto realizzate da Marina Marengo.
In alto: Polignac (Haute-Loire) – Emporio a Pieve di Teco (IM) – Abitazione
tradizionale a Thoiry (Pays-de-Gex).
A sinistra: Il tortello alla Lastra di Corezzo-Vallesanta (AR).
Al centro: Chaîne des Puys-Faille de la Limagne-Sito Unesco
(Puy-de-Dome) – Ecomuseo di Caprauna (CN) – Montegrosso e Fronté
visti da Pornassio (IM).
In basso: Le tre cascate-Badia Prataglia-Parco delle Foreste
Casentinesi-sito Unesco (AR) – Calle con signora: Santiago di Compostela

© 2021 GUP

I contenuti del presente volume sono pubblicati con la licenza
Creative commons 4.0 International Attribution-NonCommercial-ShareAlike.



Alcuni diritti sono riservati.

Realizzazione Editoriale
GENOVA UNIVERSITY PRESS

Via Balbi, 6 - 16126 Genova
Tel. 010 20951558 - Fax 010 20951552
e-mail: gup@unige.it
<https://gup.unige.it/>

ISBN: 978-88-3618-109-4 (versione eBook)

Pubblicato dicembre 2021

Sommario

Questioni di valorizzazioni e di turismi: riflessioni introduttive Marina Marengo	9
La valorizzazione dei territori come responsabilità sociale Franco Manti	13
Josep Pla y su modelo de ‘relato de viaje’ en <i>Cartes d’Itàlia</i> (1955). Una mirada creativa, desde el paisaje y la literatura, sobre el territorio local Joan Tort Donada, Rosa Català Marticella	22
Écriture de la terre et valorisation éthico-poétique de l’Algérie par Isabelle Eberhardt et Albert Camus: feuille de route Ema Galifi	34
La Ciociaria e il cinema: quando un <i>simulacrascape</i> stigmatizza un territorio Camilla Giantomasso	47
Valorizzazione territoriale e paradigma slow. Binomio vincente dello “Spatial e Cultural (Re)Turn” nelle industrie culturali creative del Cammino di Santiago 59 Lucrezia Lopez	
L’editoria italiana e i cammini: un’opportunità per lo sviluppo locale Dino Gavinelli e Giacomo Zanolin	71

Le <i>lifestyle migrations</i> quale risorsa per la valorizzazione dei territori	83
Marina Marengo	
Verso il turismo sostenibile. Un quadro interpretativo	101
Tiziana Banini	
Luoghi di lentezza e identità locale: percorsi partecipati di conoscenza e di turismo	117
Stefania Cerutti	
Turismo, territorio y educación. Una aproximación a partir de la obra literaria de Vicente Blasco Ibáñez	128
Alexandre Bataller Català	
Alla ricerca di luoghi autentici: la scoperta delle Cinque Terre tra Otto e Novecento	141
Andrea Zanini	
L'Irlande rêvée de John Ford dans "l'Homme tranquille": du mythe cinématographique à la réalité touristique	151
Eric Bordessoule	
La cucina del Levante ligure nel mondo del web 2.0: tra comunicazione turistica e valorizzazione del territorio	163
Enrico Bernardini, Elisa Varese	
Autori	175

Questioni di valorizzazioni e di turismi: riflessioni introduttive

Marina Marengo

Il comitato scientifico e gli organizzatori del convegno «I territori locali fra valorizzazione endogena e fruizione turistica sostenibile» hanno appositamente scelto di analizzare congiuntamente i processi di valorizzazione dei territori locali, incentrati prevalentemente sulle questioni patrimoniali – materiali ed immateriali –, nonché i sempre più diffusi fenomeni turistici *slow*.

L'approccio congiunto ha permesso di prendere in considerazione i punti di vista degli *insiders* – attivatori di processi di valorizzazione volti alla soddisfazione dei bisogni e aspirazioni degli abitanti dei territori – e degli *outsiders*, fruitori esterni attratti dalla qualità dell'offerta a loro disposizione nei contesti locali.

La riflessione sulla valorizzazione ha permesso di riattualizzare alcune categorie concettuali che questa ha in parte soppiantato, come lo sviluppo locale (Marengo, 2006), ancora molto utilizzato da territorialisti ed altri esperti delle scienze sociali, ma molto meno dai geografi, quasi fosse un concetto desueto, non più pertinente per l'analisi, la progettazione e la gestione di luoghi e territori¹.

Altra categoria concettuale meno apertamente utilizzata in campo geografico ma anche nelle altre scienze sociali, è quella di capitale sociale territoriale. Tale concetto è stato sviluppato e approfondito in Italia da Francesco Gastaldi, il quale lo concepisce quale «[...] insieme di potenzialità attraverso cui i soggetti locali possono esprimere e valorizzare l'identità locale al fine di favorirne lo sviluppo» (Gastaldi, 2011, p. 66). A completare il quadro dei concetti un po' dimenticati negli ultimi lustri, quello di valore aggiunto

¹ In campo geografico, il concetto di Sviluppo locale ha avuto molto successo tra la fine degli anni 1990 e l'inizio del nuovo millennio, grazie al PRIN «Sviluppo locale territoriale» (SLoT), coordinato da Giuseppe Dematteis.

territoriale (VAT), che «[...] riferito ad un dato territorio, può essere inteso in due modi diversi: 1) come valore aggiunto *del* progetto [...]; 2) come valore aggiunto *del* territorio» (Dematteis, 2001, p. 22).

Queste categorie, apparentemente astratte, si sono rivelate di grande utilità nella prassi, grazie ad un uso diffuso da parte di attori e soggetti locali. Tutte quante rinviano direttamente ai concetti di identità territoriale (Banini, 2009) e di territorialità che, nella sua concezione attiva, consiste in «[...] un insieme di relazioni che nascono in un sistema tridimensionale società-spazio-tempo in vista di raggiungere la più grande autonomia possibile compatibile con le risorse del sistema» (Raffestin, 1981, p. 164).

Queste riflessioni si inseriscono in una riflessione sulla dimensione glocale (Marengo, Lacrimini, 2006) – attribuito anch'esso di poco successo delle scienze sociali e del territorio –, ma che viene considerata essenziale da Franco Manti in tutti quei processi di valorizzazione dell'ambiente incentrati su progetti e processi endogeni (sviluppo auto-organizzato, a memoria di *SLoT*), così come su tutti quegli *output* che rendono replicabili i progetti/processi avvenuti ed in atto negli spazi locali, in un'ottica transcalare.

Siamo quindi arrivati alla valorizzazione, categoria concettuale che, a sua volta, comincia ad essere utilizzata come panacea per ogni tipologia di attività presente o attivata nei territori locali. Gli autori del presente volume, con le loro riflessioni, aiutano a comprenderne buona parte delle declinazioni possibili.

Va tuttavia considerato che tali declinazioni dei fenomeni di valorizzazione, sono sì alquanto diversificate, ma sono, in ogni caso, incentrate sulle dinamiche interne ai singoli territori – pur potendo/dovendo contare spesso su apporti esogeni, basti pensare ai progetti finanziati a ogni livello scalare, dalle singole regioni all'Europa, nonché su modelli anch'essi esogeni –.

Progetti ed input volti alla valorizzazione dei territori possono essere forniti da viaggiatori e scrittori, come ci indicano Joan Tort Donada e Rosa Català Marticella, a proposito degli scritti di Josep Pla al riguardo dell'Italia. Procedendo verso la sponda sud del Mediterraneo, Ema Galifi mostra nel suo saggio quanto e come le produzioni letterarie di Albert Camus e di Isabelle Eberhardt esprimano una valenza etico-poetica nei processi di valorizzazione dell'Algeria.

A proposito di media, anche il cinema ha svolto e svolge un ruolo centrale nella conoscenza e nella valorizzazione dei contesti locali. Camilla Giantomasso mostra come, ben prima della nascita delle *film commission* regionali, nel nostro Paese – e nella Ciociaria in particolare – la produzione cinematografica sia stata in grado di fornire importanti rappresentazioni socio-culturali-territoriali. Queste ultime fanno ormai parte dell'immaginario di buona parte degli Italiani, malgrado il rischio della definizione e diffusione di stereotipi.

In altri territori, sono invece gli itinerari religiosi tradizionali a svolgere un rinnovato ruolo di volano nei processi di valorizzazione locale, affiancati da nuovi contenuti e valenze che discendono e si articolano nell'ambito del paradigma *slow*. Lucrezia Lopez fornisce in maniera alquanto pertinente l'argomentazione al riguardo delle industrie culturali creative del 'Cammino di Santiago'. Tali argomentazioni specifiche riguardo ai cammini si inseriscono in una più ampia riflessione incentrata, come Dino Gavinelli e Giacomo Zanolin scrivono, sul paradigma delle nuove mobilità. I due autori riflettono sul ruolo che le guide ai/sui cammini occupano oggi nella declinazione turistica della valorizzazione dei territori attraversati da itinerari tradizionali, ma pure da altri definitisi in tempi più recenti.

La generazione di *well-being* territoriale che sviluppa Manti nel suo saggio, si esplicita nell'analisi di fenomeni relativi ad alcune tipologie di nuove mobilità contemporanee, da racchiudere nella categoria delle *lifestyle migrations*. Si tratta di movimenti di popolazione ma anche di idee, creatività endogene ed esogene che ri-creano dinamiche e processi di sviluppo locale incentrate sul paradigma *slow* e la sostenibilità. Queste dinamiche si riallacciano a due categorie concettuali 'fresche di conio' quali *restanza* (Teti, 2019) e *ritornanza* (Membretti, 2021).

I processi di valorizzazione dei territori locali in un'ottica eminentemente turistica sono quasi sempre analizzati a partire dal paradigma della sostenibilità, come sottolinea Tiziana Banini, che ci fornisce un approfondito quadro interpretativo in merito anche all'insieme degli studi di caso del presente volume.

Entrando in maniera più specifica nei fenomeni di valorizzazione turistica dei contesti locali, Stefania Cerutti, inizia la sua riflessione dal paradigma *slow* per approdare ai processi partecipativi. A partire dalla creatività degli abitanti di questi territori, tali dinamiche sono incentrate sulla proposta di nuove forme di turismo, lento e sostenibile innanzitutto, e più in particolare volto alla conoscenza dei luoghi e dei loro patrimoni materiali ed immateriali da parte degli *outsiders*.

La valorizzazione turistica incentrata sulla conoscenza è proposta anche da Alexandre Bataller, al riguardo di una specifica 'nicchia' come quella dell'*educational* e del turismo scolastico (Marengo, Lacrimini, 2006). Bataller dimostra come, a partire dall'opera letteraria dello scrittore catalano Vicente Blasco Ibáñez, nonché dalla *mise en littérature* dei suoi luoghi letterari (casa dello scrittore e numerosi itinerari letterari), sia stata realizzata e resa fruibile una vasta offerta di turismo della conoscenza, aperta ovviamente anche ad un pubblico più vasto, in un'ottica *life long learning*.

Tale forma di turismo non è certamente recente, dato che – come scrive Andrea Zanini – risale all'Ottocento, al *Grand Tour*. Si tratta di un'epoca in cui la scoperta di luoghi e territori si inseriscono in un'ottica di ricerca dell'autenticità, anche se allora declinata soprattutto quale gusto per l'esotico e il pittoresco.

Questioni di autenticità che, come argomenta Eric Bordessoule, si possono ritrovare in un grande regista come John Ford, alla ricerca delle sue origini familiari, ma anche della conoscenza di un ambiente/società/cultura così distanti da quelli statunitensi.

La declinazione dell'autenticità e della tipicità ha assunto un'importanza centrale negli ultimi lustri nel campo delle produzioni alimentari. Come scrivono Enrico Bernardini e Elisa Varese, tra filiere corte, biologico e riscoperta delle varietà autoctone – in un'ottica di salvaguardia e valorizzazione della biodiversità –, tali prodotti locali, nonché la cucina tipica, hanno assunto in maniera sempre più evidente valenze patrimoniali, spendibili sia tra gli abitanti dei territori, sia tra tutti i 'curiosi' del gusto e dell'autentico. Anche grazie al web, hanno potuto approfondire i loro interessi e le loro conoscenze sul patrimonio alimentare e culinario dei territori locali.

Riferimenti bibliografici

Banini T., «Identità territoriale: verso una ridefinizione possibile», in *Geotema*, n. 37, 2009, pp. 6-14.

Dematteis G., «Per una geografia della territorialità attiva e dei valori territoriali», in Bonora P. (ed.), *Slot quaderno 1. Appunti, discussioni, bibliografie*, Bologna, Baskerville, 2001.

Dematteis G., «Il modello SLoT come strumento di analisi dello sviluppo locale», in Rosignolo C., Imarisio C.S. (eds.), *Slot quaderno 3. Una geografia dei luoghi per lo sviluppo locale. Approcci metodologici e studi di caso*, Bologna, Baskerville, 2003.

Gastaldi F., «Capitale sociale territoriale e promozione dello sviluppo locale», in *Archivi Di Studi urbani e Regionali*, n. 76, 2003, pp. 15-29.

Gastaldi F., «Il ruolo del capitale sociale territoriale nella promozione dello sviluppo locale», in Buratti N., Ferrari C. (eds.), *La valorizzazione del patrimonio di prossimità tra fragilità e sviluppo locale*, Milano, FrancoAngeli, 2011, pp. 61-77.

Marengo M. (ed.), *La dimensione locale. Esperienze multidisciplinari di ricerca e questioni metodologiche*, Roma, Aracne, 2006.

Marengo M., Lacrimini P. (eds.), *Il cambiamento globale: una sfida per la società aretina. La conoscenza, valorizzazione e tutela delle risorse radicate nel territorio quale strumento per (ri)definire una società locale*, Roma, Aracne, 2006.

Marengo M., Lisi R.A. (eds.), *"Dentro" i luoghi. Vol. 2: riflessioni ed esplorazioni globali*, Pisa, Pacini, 2010.

Membretti A., «La giusta distanza», in *Dislivelli*, n. 7- 29 luglio 2021 - <http://www.dislivelli.eu/blog/la-giusta-distanza.html>.

Raffestin C., *Per una geografia del potere*, Milano, Unicopli, 1981.

Teti V., «La restanza», in *Scienze del Territorio*, n. 7, 2019, pp. 20-25.

La valorizzazione dei territori come responsabilità sociale

Franco Manti

1. Natura e ambiente

L'uomo appartiene al sistema delle relazioni naturali quale componente di un ecosistema e, più in generale, della biosfera. Egli è legato da una fitta trama di relazioni con tutte le componenti animate e non della biosfera tanto che l'evoluzione è, in realtà, una co-evoluzione generata dagli effetti feedback reciproci di una specie rispetto alle altre.

Il cambiamento di paradigma nell'analisi dei fenomeni naturali, avvenuto negli ultimi trent'anni, si fonda sul riconoscimento che tali fenomeni non sono descrivibili attraverso equazioni lineari. Oggi, possiamo affermare che i «[...] fenomeni non lineari dominano il mondo non vivente molto più di quanto avessimo pensato, e sono un aspetto essenziale della rete organizzata dei sistemi viventi» (Capra, Luisi, 2014, p. 139). La visione non lineare dei fenomeni naturali ha contribuito a uno spostamento di attenzione dall'analisi quantitativa a quella qualitativa generando l'affermarsi di una nuova concezione della crescita, del benessere, dello sviluppo, della relazione fra l'uomo gli altri esseri viventi e la natura in generale. La presa d'atto che gli esseri umani sono una componente fra le altre dell'ecosistema e che le comunità biotiche umane ne costituiscono un sottosistema, costituisce lo sfondo in base al quale attribuiamo valore a quanto lo circonda ossia all'ambiente (Manfredi, 2000). Esso non è l'oggetto, natura che si contrappone all'uomo e che questi assoggetta e domina come affermazione della propria specificità umana e, insieme, per garantirsi migliori condizioni di vita e maggior benessere economico. Il nuovo paradigma consente di concepire l'ambiente quale luogo della costituzione mondana dell'uomo e, insieme, della significazione umana del mondo. Esso è costituito tanto da beni materiali (aria, acqua, flora, fauna, ecc.) quanto da beni immateriali e intangibili (valore estetico attribuito al paesaggio, cultura, modi di vita, ecc.). Pertanto, l'ambiente non

può essere valutato soltanto in base a un principio di naturalità (maggiore o minore dello stesso), ma in considerazione della capacità di rispondere ai bisogni materiali e immateriali di popolazioni e individui. In sintesi, l'attribuzione di valore all'ambiente consiste nella valorizzazione dei beni materiali e immateriali non separatamente, ma quali componenti di un sistema complesso in continuo movimento che l'uomo contribuisce a generare e dal quale è, a sua volta, influenzato. Il mutamento di paradigma costituisce, pertanto, lo sfondo per l'elaborazione di ragioni morali a sostegno di una 'nuova alleanza' fra etica, politica ed economia per la quale crescita economica e sviluppo delle capacità dei singoli producano benessere a livello globale e locale. Sotto questo profilo, la valorizzazione dei territori, intesi come ambienti, consente l'implementazione e lo sviluppo di una vera e propria *wellness economy* (Rizzitelli, 2020, pp. 75-88). Essa si caratterizza per l'offerta di risorse (materiali e immateriali) e di servizi che promuovano la generazione di *well-being* (Sen, 1994, p. 63 e 2006, p. 54)¹, concorrendo, così, a modificare stili di vita, abitudini, modi di concepire i processi relazionali e di comunicazione, la qualità con la quale si vive un ambiente e si contribuisce, continuamente, a rigenerarlo.

2. Responsabilità

Concepire i territori come ambienti implica, anche, il porre al centro della nostra attenzione e riflessione la dimensione etica inerente le scelte individuali, sociali e politiche che li determinano e li rigenerano. La prima consapevolezza che riguarda tanto i singoli quanto le comunità, le organizzazioni e le istituzioni è quella dell'assunzione di responsabilità. Senza tale consapevolezza, affrontare temi come quelli della sostenibilità e della valorizzazione rischia di essere un puro esercizio retorico. Per meglio chiarire, in breve, quanto intendo affermare, dovremmo concepire l'assunzione di responsabilità come un impegno morale a rispondere delle scelte e delle azioni a tutti i soggetti che, a diverso titolo, convivono un ambiente. A livello etico-sociale dovremmo pensare l'assunzione di responsabilità come individuazione di valori comuni, socialmente condivisi, capaci di orientare e dare ragione di scelte grazie alle quali la valorizzazione dell'ambiente assuma una caratterizzazione globale, costituisca, cioè, un volano di sviluppo qualitativo valido localmente e, insieme, rilevante globalmente, sia come modello, sia per il suo impatto, in coerenza con il nuovo paradigma di cui si è detto nel paragrafo precedente. In sintesi, abbiamo a che fare con tre livelli di responsabilità: quella che assumiamo come cittadini fruitori di un territorio e che

¹ Per *well-being*, intendo lo 'stare bene' in termini di qualità dell'essere delle persone, della loro capacità di dare forma a impegni, obiettivi, valori.

ci riguarda tutti; quella che è propria di quanti utilizzano l'ambiente come fonte di lavoro, penso, ad esempio, agli operatori turistici o agli imprenditori operanti nel settore agro-alimentare; quella di chi ha il compito, che gli è stato delegato dai cittadini, di amministrare il territorio. In tutti e tre i casi, la responsabilità si caratterizza per la sua connotazione etico-sociale. Infatti, anche il comportamento del singolo cittadino, nella sua quotidianità, è rilevante nel determinare la qualità dell'ambiente e, di conseguenza, la sua valorizzazione. Perciò, abbiamo il dovere di valutare le conseguenze delle nostre azioni sia *ex ante* che *ex post* e di essere disponibili a modificare i nostri comportamenti nel caso possano essere previsti o si siano verificati effetti negativi nell'ambiente e su altre persone o comunità biotiche. Va, infine, sottolineato come la consapevolezza dell'impatto ambientale di molte delle tecnologie di cui disponiamo ampli la nostra responsabilità, anche quella propria dei singoli cittadini, sia nello spazio che nel tempo. Il nuovo paradigma evidenzia, infatti, l'interconnessione degli ambienti, anche di quelli più distanti fra loro, e proietta nel tempo la responsabilità relativa alle nostre scelte. Pertanto, indipendentemente dalla metafisica di sfondo che caratterizza il suo pensiero e dalle sue implicazioni riguardo allo sviluppo della scienza e delle tecnologie, il dovere, individuato da Jonas (Jonas, 2009), di agire tenendo presenti i diritti delle generazioni future costituisce una prospettiva di cui non si può non tenere conto. Valorizzare i territori come componente di una *wellness economy* significa, dunque, compiere un investimento che si proietta nel tempo e che si configura come una dimensione della giustizia intergenerazionale.

3. La New CSR come modello per la valorizzazione di territori

Quanto alle imprese, siano esse profit o non profit, la valorizzazione dei territori comporta un approccio *multistakeholder* con la relativa assunzione di responsabilità sociale che si sostanzia in attività economiche capaci di produrre effetti benefici e ricadute positive a cominciare dalle comunità locali. In altri termini, una concezione dell'impresa come sistema aperto nel quale la produzione di profitto o di beni e servizi sono intesi non come fini a se stessi, ma come esito di un processo d'integrazione con l'ambiente e, più in generale, di risposta a bisogni emergenti dalla società, non solo evita danni, ma promuove innovazione, miglioramenti e valorizza il territorio. Il modello che meglio si adatta a tale prospettiva è quello della *New CSR* dove l'acronimo sta per *Company Stakeholder Responsibility* (Freeman, Velamuri, 2007). Il mutamento di prospettiva consiste, rispetto alla tradizionale CSR (*Corporate Social Responsibility*) nel considerare clienti, fornitori, dipendenti, associazioni presenti sul territorio non soltanto *stakeholder* di una determinata impresa, ma, prima di tutto, membri della società. Se essi traggono benefici dalle loro

relazioni con l'impresa, ne trarrà beneficio l'intera società (Manti, 2010). La *New CSR* comporta l'assunzione di responsabilità sociale rispetto a quattro livelli:

1. *Proposta base di valore*: in che modo un'impresa o un operatore s'impegnano a soddisfare i clienti e, contemporaneamente, gli altri *stakeholder* a cominciare dalle comunità locali;
2. *Prolungata cooperazione fra gli stakeholder*: il rapporto non può essere episodico, ma deve essere prolungato e consolidato nel tempo attraverso forme di cooperazione;
3. *Comprensione di questioni sociali più ampie*: le imprese devono rapportarsi al tessuto sociale e all'ambiente tenendo presenti bisogni e richieste d'innovazione emergenti dalla società. In sintesi, le imprese non devono disinteressarsi della realtà sociale e politica. In particolare, è necessario un 'atteggiamento proattivo' nei confronti tanto degli *stakeholder* primari (coloro che hanno rapporti diretti con l'impresa), quanto di quelli secondari come ONG e associazioni di varia natura che possono esercitare un'influenza sulle attività e le strategie dell'impresa. L'analisi degli *stakeholder* assume, pertanto, una rilevanza fondamentale nell'orientare le decisioni;
4. *Leadership etica*: la moralità come fonte per la motivazione, l'ispirazione, l'innovazione. L'impresa s'impegna a generare relazioni fiduciarie e, su quella consapevolezza di come oltre il 40% del valore di mercato, ad esempio delle imprese profit, non sia imputabile ai *capital assets*, ma a quegli aspetti intangibili denominati, genericamente, *intellectual assets* e, soprattutto, a quel patrimonio di relazioni fiduciarie e di cooperazione con gli *stakeholder* che costituisce il capitale etico (Casiraghi, 2014, pp. 149-150).

In generale, i quattro livelli della *Company Stakeholder Responsibility* generano relazioni basate sulla fiducia. Tali relazioni giocano un ruolo fondamentale nella promozione dei territori. L'esempio costituito dal settore agro-alimentare evidenzia come l'integrazione fra territorio, produzione e alimentazione quali componenti significative della *wellness economy* e, dunque, della generazione di benessere, costituisca una modalità attraverso la quale viene valorizzato un determinato ambiente come luogo di esperienza di qualità della vita che può essere ulteriormente sviluppata favorendo un approccio storico-antropologico con il territorio e con quanto produce. Il controllo della filiera assume, così, una valenza strategica. Si pensi al settore agro-alimentare

[...] dove il sistema di monitoraggio verifica la provenienza degli alimenti mentre si *sposano* lungo la catena di fornitura generando avvisi proattivi rispetto a eventi che potrebbero indicare potenziali manomissioni, alterazioni o sofisticazioni, o un cambiamento delle condizioni ambientali che potrebbe creare problemi per la sicurezza alimentare (Sobrero, 2018, p. 10).

In sintesi, possiamo affermare che la rete di relazioni che costituisce il sistema ambiente ne qualifica la specificità e l'unicità: ciò che si prova quando si supera la soglia e si entra in un determinato ambiente costituisce, nella sua irripetibilità, qualcosa che contribuisce a dare senso alle nostre biografie.

Alla luce di quanto detto, risulta strategica l'assunzione di responsabilità sociale, nella valorizzazione dei territori, degli Enti locali e delle Regioni. Non si tratta, soltanto, di promuovere e applicare provvedimenti come i Piani di Sviluppo Locale o quelli di Sviluppo Rurale, né di gestire, al meglio le risorse economiche disponibili o di promuovere campagne di marketing del territorio. Tutto ciò può costituire delle condizioni necessarie, ma non sufficienti per la valorizzazione. Il sistema di governo e amministrazione del territorio potrebbe giocare un ruolo strategico e di regia riguardo alla promozione dei territori se, coerentemente con un approccio sistemico, si valorizzasse, attraverso forme e istituti di partnership sociale, la partecipazione alla progettazione del territorio (con relative allocazioni di risorse) di tutta una serie di attori sociali e istituzionali quali, ad esempio le Camere di Commercio, l'Associazionismo, le Pro Loco, il Terzo settore, le aziende, l'Università, ecc. Si tratterebbe di estendere, con gli opportuni adattamenti, il modello della *Company Stakeholder Responsibility* dalle aziende alla gestione del territorio.

3. Sostenibilità ed Etica del Turismo

L'*Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile* dell'ONU prevede, all'Obiettivo 11, il rendere le città, e gli insediamenti umani, in generale, inclusivi, duraturi, sostenibili. Ottenere tutto ciò comporta chiarezza su come intendere la sostenibilità (in particolare quella degli ambienti) concependola non solo come tutela e conservazione dell'esistente, ammesso che sia possibile, ma soprattutto, come prospettiva per lo sviluppo qualitativo di cui si è detto in precedenza. L'estensione del modello della *Company Stakeholder Responsibility* alla Pubblica Amministrazione ha come punto focale le amministrazioni comunali poiché sono le istituzioni più 'vicine' ai cittadini. Purtroppo, «[...] siamo in una situazione di arretratezza in particolare nei comuni più piccoli di alcune aree del Paese» (Sobrero, 2018, p. 77). Questa arretratezza che coinvolge, in parte, anche comuni medi e grandi, va affrontata ponendo al centro la definizione di visioni strategiche e la capacità progettuale che esse implicano. Si tratta di rapportare etica – politica – economia affrontando il tema della sostenibilità anche attraverso l'individuazione dei processi decisionali più funzionali per renderla possibile. Tali processi riguardano, in termini generali, il rapporto fra sostenibilità e crescita economica. Perciò, appare necessario sviluppare una capacità progettuale in grado di coinvolgere, oltre che i cittadini e le associazioni del territorio, an-

che gli altri *stakeholder*. La partnership sociale promossa dalle Amministrazioni comunali dovrebbe porsi il compito d'integrare la progettazione strategica con strumenti ordinari di programmazione come quelli di pianificazione urbanistica (Sobrero, 2018, p. 78). Questo nella consapevolezza che porre il tema della sostenibilità rischia di diventare un esercizio retorico se si prescinde da una visione dinamica della sostenibilità quale volano di valorizzazione dei territori. Politiche di sostenibilità, effettivamente efficaci, comportano progetti tesi a migliorare la qualità della vita promuovendo l'economia circolare, la mobilità sostenibile, l'efficienza nell'utilizzo dell'energia come componenti costitutive di una *welness economy* che integri, le tre dimensioni costitutive, secondo l'Agenda 2030, lo sviluppo sostenibile: ambientale, economica, sociale.

Il *Codice Mondiale di Etica del Turismo* collega sviluppo sostenibile e turismo definendo quest'ultimo quale fattore di sviluppo sostenibile. A sua volta, la *Carta per un turismo sostenibile*, nota come *Carta di Lanzarote*, sottolinea come:

1. Il turismo debba essere ecologicamente sostenibile nel lungo periodo, economicamente conveniente, eticamente e socialmente equo nei riguardi delle comunità locali;
2. La sostenibilità del turismo richieda, per definizione, che esso integri l'ambiente naturale, culturale e umano;
3. Il turismo debba valutare i propri effetti sul patrimonio culturale e sugli elementi, le attività e le dinamiche tradizionali di ogni comunità locale. La sfida è porre in relazione i suddetti punti in termini sistemici analizzando la rete di relazioni che li collega.

Progettazione territoriale e governo del territorio potranno considerare il turismo non solo, o principalmente, una componente del PIL, ma un fattore di promozione di una migliore qualità della vita e di ben-essere per tutti i soggetti coinvolti.

4. Comunicare la responsabilità sociale e implementare la corresponsabilità

I tre livelli di responsabilità, cui si è fatto riferimento nel paragrafo 2, implicano, anche, una distinzione fra *responsibility* e *accountability*. Tale distinzione è importante in considerazione del fatto che la nozione classica di responsabilità ha a che fare con l'imputabilità ed è riferita al soggetto responsabile, alla volontarietà delle azioni, alla libertà, all'elaborazione del giudizio morale relativamente a quanto si deve o non si deve fare. L'*accountability* riguarda, invece, il contesto in cui si definisce la responsabilità intesa come prodotto di bisogni e aspettative sociali (Eshleman 2019). Pertanto, l'*accountabi-*

lity riguarda le condizioni di responsabilità all'interno di un determinato contesto e di determinate pratiche sociali, ossia, l'intersoggettività. Essa implica un'analisi che individui non tanto e non solo il soggetto della responsabilità, ma coloro ai quali si è tenuti a rendere conto. Ciò comporta la definizione della responsabilità all'interno di processi relazionali. Ne consegue che l'*accountability* implica la possibilità di giudizio riguardo alle scelte e all'operato di un determinato attore sociale come, ad esempio, un'azienda o un Comune. L'*accountability* pone al centro il giudizio e le sue conseguenze in quanto esso può retroagire positivamente o negativamente sulle relazioni sociali a seconda della sua qualità. Quali sono gli 'strumenti' attraverso i quali viene comunicata la responsabilità sociale e, dunque, si 'rende conto'? Spesso la risposta che viene data a questo quesito è: il bilancio sociale. Sarebbe, però, opportuno differenziare i documenti di comunicazione etico-sociale a seconda della diversa tipologia e *mission* di aziende profit, non profit, Pubblica Amministrazione. Per le prime, il documento più adeguato appare essere il *Bilancio sociale*, per le seconde il *Bilancio di missione*, per la terza il *Bilancio di ricaduta sociale* (Hinna, 2005). Detto che per tutti questi documenti vale quanto scritto sulla retroattività dell'*accountability*, in considerazione del ruolo strategico degli Enti locali nella valorizzazione del territorio, lo 'strumento' più adeguato è, a mio avviso, il *Bilancio partecipativo* comunale (Rogate, Tarquini, 2008; Manti, 2017) poiché la sua redazione implica un passaggio dall'*accountability* alla coprogettazione territoriale e, dunque, alla corresponsabilizzazione di tutti gli *stakeholder*, abitanti, turisti, imprenditori, ecc., nella costruzione dell'ambiente e nella sua gestione. In tal modo si coniugano *responsability*, *accountability* e proattività etica e sociale. Il poter proporre, da parte di singoli cittadini o di loro associazioni, progetti di valorizzazione che vengono scelti e condivisi dalla comunità e sui quali l'Amministrazione Comunale assume impegni impiegando risorse e definendo tempi di attuazione consente di rapportare in maniera equilibrata, condivisa e senza sovrapposizione di ruoli, democrazia rappresentativa e democrazia partecipativa corresponsabilizzando, appunto, gli *stakeholder* di un determinato territorio per la sua valorizzazione e gestione.

5. Immagine del territorio: un valore aggiunto finalizzato al ben-essere come espressione di un'economia della cura

La comunicazione attraverso documenti di responsabilità sociale e la corresponsabilizzazione degli *stakeholder* costituiscono condizioni necessarie per la promozione di un'immagine non effimera dei territori, espressione e, insieme, incentivo alla loro valorizzazione e promozione anche a scopo turistico. Si tratta di proporre un'immagine

integrata che esprima, pienamente, il valore ambiente e, la dimensione intangibile e immateriale che lo caratterizza. In altri termini, è la generazione di capitale sociale ed etico indotta dalle relazioni fiduciarie fra i diversi *stakeholder* che dovrebbe essere assunta come fattore unificante le caratteristiche proprie del territorio, le bellezze naturali e paesaggistiche, la storia, l'arte, la cultura, i prodotti tipici e la loro fruizione quali fattori di sviluppo del *well-being*. Senza dimenticare che gli ambienti-territori sono sistemi aperti in relazione fra loro. Si pensi, ad esempio, come la valorizzazione dell'entroterra ligure possa passare dalla ricostruzione, perché di questo si tratta, in termini nuovi e adeguati all'oggi, delle relazioni economiche, sociali, culturali con la costa. I porti turistici non dovrebbero essere ridotti a 'posteggi' per le imbarcazioni o a 'dormitori'; dovrebbero essere la soglia attraverso la quale si accede alle città, ai borghi costieri e, da questi, all'entroterra. I Comuni e le Provincie, di concerto con le Camere di Commercio, dovrebbero progettare e governare accordi finalizzati alla comunicazione dei territori valorizzandone l'integrazione. Tutto ciò comporta l'imporsi di una visione etica del marketing e, più in generale, dell'economia che si discosta dalla concezione standard del mercato. Non si può non sottolineare come i costi per i danni ambientali non vengano rivelati dal mercato e costituiscano esternalità negative, mentre le esternalità (positive o negative) e la loro valutazione sono fondamentali nella prospettiva della *wellness economy* e di una crescita qualitativa basata su un'economia circolare *service and flow*. Abbiamo, perciò, buone ragioni per orientarci ad una economia della cura (Manti, 2014) a forte contenuto etico in cui la valorizzazione dei territori costituisca un aspetto rilevante anche per l'attribuzione di senso che diamo all'essere soggetti attivi nel vivere un determinato ambiente. Tale valorizzazione risulta non effimera e duratura nel tempo se si attiva l'anello ricorsivo della cura che pone in relazione cura di sé, cura degli altri (compresi gli animali non umani), cura dell'ecosistema a partire dall'ambiente che viviamo (istituzioni comprese) e da ciò che ci circonda.

Bibliografia

- Capra F., Luisi P.L., *Vita e natura. Una visione sistemica*, tr. it., Assago, Aboca, 2014.
- Casiraghi C., *Marketing etico*, Milano, Guerini, 2014.
- Eshleman A., «Moral responsibility», in Zalta E.N. (ed.), *The Stanford Encyclopedia of Philosophy*, 2019, <https://stanford.library.sydney.edu.au/archives/spr2019/entries/moral-responsibility/>
- Freeman R.E., Velamuri S.R., «Un nuovo approccio alla CSR: responsabilità verso gli stakeholder d'impresa (Company Stakeholder Responsibility)», in Freeman R.E., Rusconi G., Dorigatti M., *Teoria degli Stakeholder*, Milano, FrancoAngeli, 2007, pp. 253-269.
- Hinna L., «Bilancio di missione e di ricaduta sociale», in Sacconi L. (ed.), *Guida critica alla responsabilità sociale e al governo d'impresa*, Roma, Bancaria Editrice, 2005, pp. 679-687.
- Jonas H., *Il principio di responsabilità*, tr.it., Torino, Einaudi, 2009.
- Manfredi M., *Il valore ambiente*, Fasano, Schena Editore, 2000.
- Manti F. «Scelte di mercato», in AA.VV. *Etica dell'economia il binomio possibile*, Foggia, Sentieri Meridiani, 2010, pp. 9-62.
- Manti F., «Il mercato e la cura», in Battaglia, L. (ed.), *Potere negato. Approcci di genere al tema delle diseguaglianze*, Roma, Aracne, 2014, pp. 235-266.
- Manti F., «Good Government and Participatory Democracy. A Model of Social Partnership», in *Philosophy and Public Issue*, n. 3, 2017, pp. 123-156.
- Rizzitelli P., *Il marketing del benessere*, Independently published, 2020.
- Rogate C., Tarquini T., *Fiducia e responsabilità nel governo dell'ente pubblico*, Santarcangelo di Romagna, Maggioli, 2008.
- Sen A., *La Diseguaglianza*, tr. it., Bologna, Il Mulino, 1994.
- Sen A., *Etica ed economia*, tr. it., Roma - Bari, Laterza, 2006.
- Sobrero R., *Sostenibilità, competitività, comunicazione*, Milano, EGEA, 2018.

Josep Pla y su modelo de 'relato de viaje' en *Cartes d'Itàlia* (1955). Una mirada creativa, desde el paisaje y la literatura, sobre el territorio local

Joan Tort Donada
Rosa Català Marticella

1. Introducción

Nos proponemos llevar a cabo en el presente trabajo una prospección sobre los horizontes que abre (y que puede abrir, en una perspectiva de futuro) la literatura *implicada* con el territorio (o sea: la literatura, de cualquier país y escrita en cualquier lengua, conectada de una manera directa y explícita con la realidad geográfica a la que se adscribe, y entendida en un sentido amplio y multiescalar), de cara a una interpretación del espacio en clave creativa y propositiva – esto es: en el sentido que permita, en un espacio o lugar determinado, y en un momento dado, pensar en todas las posibilidades de desarrollo y de promoción, desde una perspectiva sostenible y preferentemente endógena, que puedan plantearse respecto al territorio concernido.

Hemos escogido, para esta prospección, la obra literaria de un autor fundamental de la literatura catalana del siglo XX. Nos referimos a Josep Pla i Casadevall (Palafrugell, Gerona, 1897-1981), quien, en la medida que orientó la mayor parte de su obra al género memorialista, con un énfasis particular en la descripción geográfica y los libros de viaje, constituye para nosotros un referente de investigación de primer orden y en múltiples sentidos (Tort, 1992; Català, 2018; Tort, Català, 2017). De hecho, la circunstancia de que Pla sea reconocido por la crítica como un escritor de calidad excepcional a pesar de haber mantenido en toda su obra un perfil realista y alejado de la ficción (Fuster, 1966; Castellet, 1978; Pla, X., 1997) refuerza los argumentos en pro de nuestra elección. Indirectamente, también los refuerza el hecho de que, en los últimos años, la obra de Pla haya comenzado a ser difundida internacionalmente de un modo significativo – sobre todo a partir de la traducción de *El quadern gris*, obra fundamental en su trayectoria, al francés (Pla, 2013a) y al inglés (Pla, 2013b) –, con lo cual su dimensión potencial como escritor

profundamente *cosmopolita* (muy limitada hasta ahora por su escasa difusión internacional) adquiere una nueva perspectiva.

Para el presente estudio tomamos como referencia una obra de Pla que también nos permite, por sus particulares circunstancias, adentrarnos en la referida dimensión cosmopolita del escritor. Aludimos a su libro de viajes *Cartes d'Itàlia*, publicado originalmente en catalán (Pla, 1955) y que fue traducido al italiano por Antoni Arca y publicado en Sassari (Pla, 1994), con el título *Cara Italia. Lettere e cartoline di un tempo che fu*¹. La prospección que pretendemos realizar de esta obra la desarrollaremos, en esta ocasión, a escala urbana, y tomando como referencia dos de sus capítulos, sobre las ciudades de Perugia y de Turín, que adoptamos como estudios de caso específicos. La inmersión en dichos estudios de caso va precedida de un doble apunte teórico previo: sobre el particular estilo y forma literarios de Pla, y sobre el contexto y la razón de ser del libro estudiado. Completamos nuestro estudio con unas breves conclusiones.

2. El «relato de viaje» según Josep Pla: un medio para el redescubrimiento de los espacios de proximidad

2.1. Entre el localismo y el cosmopolitismo. Un apunte sobre el estilo y la forma literarios de Josep Pla

Probablemente sea erróneo considerar a Josep Pla, antes que nada, como un escritor cosmopolita. El cosmopolitismo, entendido como una actitud de apertura intelectual al máximo nivel o escala – que vendría a ser sinónimo, hasta cierto punto, del universalismo –, que entendemos como consustancial a la literatura de nuestro escritor desde su misma génesis, resulta también inseparable, en el propio Pla, de lo que en teoría sería su ‘contrario’: el *localismo*. Nos encontramos, con Pla, y al menos en el contexto de la literatura catalana, ante un escritor que consigue ‘fundir’ sin problema alguno ambos planos o niveles y lo hace de un modo perfectamente intercambiable: la dimensión cosmopolita de su literatura no se puede entender al margen de su inserción en la escala ‘local’ (o ‘de proximidad’), y lo mismo cabría decir a la inversa. En este sentido, es fundamental atender en Pla la intensa conexión que mantuvo toda su vida con el *Empordà*, su genuino ámbito vital y territorial de referencia, para contextualizar debidamente su obra y entender su particular ‘mirada literaria’ hacia el mundo (Paül, Tort, 2009).

¹ A efectos de este artículo tomamos como pauta de estudio el texto de *Cartes d'Itàlia* incluido en el volumen 13 de la *Obra Completa* de Josep Pla (abreviadamente, OC13). Dicho volumen lleva el título general de *Les escales de Llevant*, y fue publicado por Ediciones Destino en 1969 y en 1982. Señalaremos, también, que los textos de *Cartes d'Itàlia* transcritos en este artículo han sido traducidos por parte nuestra a partir de la edición catalana correspondiente a la *Obra Completa* de Josep Pla.

Xavier Pla (1997), partiendo de un artículo de Carles Riba (1927) sobre Josep Pla, sugiere que la técnica descriptiva de nuestro escritor se basa en la identificación de dos momentos, que corresponden a dos formas estilísticas de descripción de paisajes en sus textos. Un momento *poético*, con menos información y más protagonismo del informador; en definitiva, más personal y abierto a las emociones y a la fusión sensual del observador con el paisaje. Y un momento *pictórico*, con información más detallada, un distanciamiento explícito y el uso general de la tercera persona; un momento, en consecuencia, menos emotivo. Según Carles Riba, este *todo* con dos formas de mirar se convierte, conjuntamente, en un ritmo narrativo que va oscilando en función de las circunstancias (Riba, 1927, p. 272).

Pla, al describir un paisaje, escoge cada palabra con esmero. Y, a través de esta elección, hace visibles unas determinadas 'predilecciones'; como el gusto por el detalle, por los paisajes humanizados, por la pequeña propiedad agraria, las formas de cultivo y un largo etcétera. Muestra, asimismo, una gran sensibilidad por los colores, los olores, la luz, el viento... o por la percepción de cada paisaje en cada momento del tiempo y en cada estado de ánimo personal. Y algo fundamental es que sabe dar un sentido humano a todo el conjunto. Con estas preocupaciones temáticas y literarias Josep Pla va encontrando los recursos lingüísticos necesarios para crear una literatura de imágenes paisajísticas con un sentido profundo, donde convergen '[...] la mirada de un naturalista, la de un poeta y la de un moralista' (Pla, 1997, p. 241); en otras palabras, una mirada donde confluyen la objetividad científica, la subjetividad literaria y los valores humanos.

Por esta vía nuestro escritor llega a lo que los críticos han denominado 'realismo sintético'. Es decir, un estilo o técnica literaria que le permite transitar de la *realidad observada* a la *realidad descrita*. Pla se sirve del adjetivo, específicamente, como elemento de síntesis y de selección subjetiva fundamental. Pone la atención en aquello que considera más representativo de la realidad, el '[...] detalle significativo' (Pla, 1997, p. 266). Y lo selecciona y lo elabora literariamente a través de recursos como metáforas, comparaciones o hipérboles. Crea, de este modo, unas imágenes literarias de una gran fuerza expresiva y dotadas de un sello propio perfectamente individualizado. Esto es lo que para algunos autores constituye su particular 'retórica' del realismo; o, dicho, de otro modo: el realismo interpretado por Josep Pla (Fuster, 1966).

2.2. A propósito de *Cartes d'Itàlia* (1955)

Presentado a menudo como un libro de viajes, pero considerado también como ensayo, *Cartes d'Itàlia* es un libro representativo de dos aspectos clave de la personalidad literaria de Pla: por un lado, de su vocación por el periodismo (aspecto que está en el origen mismo de su trayectoria como escritor); por otro, del interés que tuvo por Italia (país que visitó con frecuencia en calidad de corresponsal de diferentes medios de comunicación, y en el que

realizó largas estancias). Su publicación en forma de libro en 1955 corresponde, en realidad, a un 'segundo momento' de su creación, dado que, originariamente, se trató de un conjunto de artículos breves que Pla publicó, en diferentes periódicos de Barcelona y Madrid, a partir de 1921 – fecha de su primer viaje a este país, como explica el propio autor (Pla, 1982). Respecto a los vínculos del escritor con Italia, y su relación con la génesis de *Cartes d'Itàlia*, resultan ilustrativos los apuntes del prologuista de la edición italiana (Delogu, 1994).

También es importante, en el contexto descrito, hacer atención a los motivos de fondo de la obra tal como los explica el propio autor en el primer capítulo, o 'Prefacio':

[...] Estas *Cartes d'Itàlia* [...] forman un libro de sensaciones organizadas alrededor del color verde fresco con el que se suelen pintar las ventanas en Italia (OC13, p. 9).

Nunca he podido sentirme en verdad extraño en ningún lugar ni en ningún puerto del Mediterráneo, y me hago la ilusión de suponer que, en este ambiente, y sea por mi o sea por ti, nos entendemos todos con la mirada. Este mar ha creado un denominador común, difícil de definir pero tan antiguo como cierto, que se manifiesta a través de múltiples formas de la acción positiva – e, incluso, a través de una lúcida insatisfacción, más o menos resignada (ivi, pp. 9-10).

Las consideraciones transcritas tienen una expresiva continuidad en el segundo capítulo, que lleva por título «Sensaciones italianas», del que extraemos los dos párrafos siguientes:

Nada en Italia es insípido. Nunca he visto a nadie, por la calle, poniendo una cara impávida. Sé que estoy en Italia cuando salgo a la calle por la mañana y veo a la gente, y descubro que les brillan los ojos. [...] Este brillo, esta eclosión de miradas, cuando se proyecta sobre las formas más nobles de la arquitectura del país, produce una exaltación de vida, de movimiento, de intensidad humana tales, que el hecho establece un curioso vínculo entre arqueología y vida actual. [Porque] en Italia el pasado está íntimamente ligado con el presente, en el sentido de que el pueblo vive inmerso en el pasado con una naturalidad absoluta (ivi, pp. 15-16).

Todas las ciudades italianas tienen una personalidad indiscutible y son de una diversidad maravillosa, sorprendente. [...] Italia es un país para todos los gustos, para todos los temperamentos, para todas las formas del placer. Porque el país es muy viejo, ha sido recurrentemente pisado por toda clase de gente, ha sido un centro pasional históricamente fabuloso y quizá sea el país sobre el cual se ha proyectado una mayor cantidad de espíritu, de inteligencia y de gusto. [...] No es un país formado en un molde uniforme, mediocre e igual [...]. Su mayor encanto – encanto inagotable – está en su diversidad (ivi, pp. 22-23).

2.3. Análisis de dos capítulos de *Cartes d'Itàlia* (Perugia y Turín) como estudios de caso

A partir del análisis de dos capítulos del libro *Cartes d'Itàlia* queremos mostrar la estrategia estilística de Josep Pla para seducir al lector, desvelando el atractivo de los territorios sobre los que trata. El estilo literario y los recursos complementan el conocimiento bibliográfico y vivencial, de un Josep Pla que escribe sobre lugares que visita o en los que hace largas estancias. A la hora de analizar sus textos, se puede distinguir entre una estrategia *geográfica* y otra *literaria*. La primera se basa en la observación y la descripción de los lugares que visita. Para la observación Josep Pla se pasea y busca puntos de referencia a modo de belvederes o *landmarks* (Carbonell, 2006). Seguidamente, pasa a la escritura descriptiva a dos o tres escalas de detalle diferentes. Cuando se trata de ciudades, como veremos en los textos de Perugia y Turín, Josep Pla escribe tanto a propósito de la ciudad como de su contexto geográfico.

La segunda estrategia, la literaria, se convierte en su particular manera de dar valor al paisaje. Pla la pone en práctica a través de un lenguaje muy cuidado y expresivo. Un lenguaje en el que el léxico juega un papel fundamental: porque las palabras, tal como Josep Pla las escoge y aplica, y en la medida en que crean unos «núcleos de sentido» mantenidos a través del tiempo, acaban estableciendo un «vínculo histórico» con el paisaje (Caballero, 2012).

a) Capítulo *Perugia*

Es el treceavo capítulo *Cartes d'Itàlia*. Comprende poco más de cuatro páginas: de la 115 a la 119, y se estructura en siete párrafos. De cada uno daremos, a continuación, su núcleo de significado, y transcribiremos, sintéticamente, sus contenidos más relacionados con la geografía y con el paisaje. Dicha selección nos llevará a identificar los temas y enfoques geográficos e históricos que interesan a Josep Pla, así como su base de conocimientos, lecturas e interés cultural previo. Los textos resultantes, considerados en detalle, permiten percibir que se enriquecen simultáneamente a partir de su 'sustrato bibliográfico'. Un sustrato que, en última instancia, se entrelaza con la experiencia real del lugar por parte del escritor.

A partir de la inmersión en los textos, asimismo, nos adentramos en los mecanismos de los que se vale Pla para captar la atención del lector. Aun no siendo un escritor de ficción, su escritura se nutre de unos recursos expresivos, cambios de tono, comparaciones o anécdotas como las de la vida de Perugino, que dan una viveza argumental especial a su escritura. Además, en los textos podemos identificar la gran diversidad de recursos lingüísticos que utiliza. Unos recursos que van de los adjetivos sensuales y provocativos a las frases cortas y sintéticas. Y que se benefician, en su potencial comunicativo, de unas descripciones cuya estructura es lógica, rigurosa y perfectamente ordenada. Todo lo cual, en definitiva, otorga un grado importante de agilidad y de fuerza expresiva a sus textos.

- *Ubicación geográfica y elogio de la ciudad y de Perugino.*
- La vieja ciudad de Perugia [...] no suele formar parte del itinerario normal del turismo habitual en Italia. Perugia queda algo constreñida entre Florencia y Roma. Pero no solo merece un viaje, sino una larga estancia [...]. Dentro de sus muros se encuentra la mayor parte de la obra de Pietro Vannucci, el Perugino, que fue maestro de Rafael – el genio de la pintura más académico y más vivaz que haya existido tal vez en la tierra (OC13, p. 115).
- Presentación geográfica general: paisaje y ciudad, en relación con la Toscana y con Florencia.
- Capital de Umbría, Perugia se encuentra situada casi en el centro matemático de Italia – tanto en el sentido longitudinal como en el de la anchura. Su comarca inmediata está formada por tierras de secano; la agricultura es modesta y ordenada, y el país, muy abrupto. Edificada sobre la divisoria de un altiplano, la ciudad parece derramarse a cuatro vientos. En la parte alta están los palacios y los edificios públicos, y alrededor, más bajos, los *borghi* populares, con muchas iglesias y conventos. Desde la parte más elevada, con la cintura de tejados de color de albaricoque en primer término, se divisa el paisaje de Umbría. Esta región no tiene la gracia alada, ni la finura de color, ni los tonos suaves, ni las agujas de los cipreses ensoñados y pensativos que tiene la Toscana. La tierra es aquí más seca, los verdes son más terrosos y ásperos, las formas no llegan a la suavidad voluptuosa y turgente que asociamos a Florencia. Si fuera posible imaginar este paisaje con una mayor presencia de tierras rojizas, lo podríamos comparar con el de la comarca catalana del Penedès, algo más pobre (OC13, pp. 115-116).
- El paisaje desde los miradores (puntos de referencia): San Pedro y la placita frente al Palazzo Staffa.
- Para contemplar este paisaje, Perugia tiene dos miradores magníficos. Uno, abierto hacia mediodía, está situado detrás del convento de San Pedro. Se vislumbra, desde allí, el valle del Tíber, proyectándose con magnificencia. ¡A cuántas pinturas antiguas sirvió de fondo este paisaje lineal y preciso, desprovisto, naturalmente, de la blandura característica de las atmósferas nórdicas, pero dibujado con un estilete! Desde la plaza situada delante del Palazzo Staffa se descubre, en cambio, todo el paisaje umbrío del noroeste, tierra de viñedos y olivos, con, al fondo, recostada sobre un declive suave de color de hierba seca, la villa de Asís, montón de huesos calcáreos dibujados dentro de una atmósfera cristalina. Los caminos de circunvalación que enlazan estos dos belvederes tienen una dulce melancolía, sobre todo al atardecer, en primavera. Hacia abajo,

en primer término, al modo de una sucesión de rellanos en descenso, se ven los tejados suburbanos y las grandes fábricas de las iglesias, medio fortalezas medio conventos. Más allá, y dibujando ondulaciones abruptas, el paisaje se aleja con suavidad, al modo de una fuga que se acaba confundiendo con el horizonte de un cielo que toma el color del estaño y una textura de seda. Todas las campanas de Perugia tañen, en aquella hora, lentamente. La gravedad del bronce confiere al aire un color sombrío. Las golondrinas parpadean en las cornisas, dibujan curvas prodigiosas, chillan con estridencia. Sobre el fondo de un cielo que va tomando un color de perla, las montañas parece que floten sobre un agua azulada. Las lejanías se esfuman. Perugia, silenciosa y pétrea, parece desafiar al tiempo (ivi, p. 116).

- Reflexión histórica: las calles de Perugia como escenario de guerras civiles (Siena contra Perugia).
- Ciudad del papado, el poder temporal luchó aquí contra un núcleo constante de protesta y de intriga. [...] Lo que ha llegado a suceder en sus calles estrechas, abruptas, húmedas; en sus plazuelas ahogadas en un suspiro; en los vastísimos salones, a media luz, de sus inmensos palacios; en sus iglesias reconvertidas en fortalezas, puede volver a suceder y repetirse permanentemente. Porque para elaborar una teoría basta con Maquiavelo, pero para comprender la dureza de la vida son indispensables Perugia y Siena (ivi, p. 117).
- Personalidad y arte de Perugino: estrategia para sortear guerras.
- Frente a un ambiente tan disparatado e incómodo, caben solo dos posiciones: entrar en liza, armados con la coraza de la estupidez delirante, o bien evadirse, escondiendo la cabeza bajo el ala y tratando de aprovechar la vida. Eso fue lo que hizo el Perugino. En su juventud, y hasta bien entrada la madurez, cosechó grandes éxitos en la pintura [...]. Con los años, la suerte le dio la espalda y sus *dipinti* fueron considerados amanerados y lúgubres (ivi, pp. 117-118).
- La joven esposa de Perugino.
- Perugino se casó, ya mayor, con una mujer joven, fresca y agradable. La ilusión del artista fue que su mujer vistiera con la mayor elegancia [...] Le dibujaba los vestidos. Parece que la mujer, así arreglada, hacía un efecto considerable (ivi, p. 118).
- Arte vacío y vida cínica de Perugino
- Puertas adentro, Pietro Vannucci se dio a la buena vida y vivió rodeado de comodidades. Su pintura religiosa [...] le proporcionó grandes sumas de dinero, que al parecer reconvertía [...] en ágapes succulentos. La gente le dedicaba versos y le lanzaba sátiras. Pero nada le conmovía (ibidem, pp. 118-119).

b) Capítulo *Turín*

Constituye el penúltimo capítulo de los treinta y cuatro que integran *Cartes d'Itàlia*. Su extensión no llega a las cuatro páginas enteras, y va de la 226 a la 230. Comprende un total de ocho párrafos, que, de un modo parecido al de capítulo de Perugia, analizaremos en detalle.

Del capítulo a propósito de Turín del libro *Cartes d'Itàlia*, queremos hacer notar la importancia de la geografía y del contexto regional para Josep Pla, como podemos ver con el texto del valle del Po. En su forma de presentar la ciudad de Turín, por ejemplo, los contextos geográfico y ambiental son fundamentales. Cabe destacar que Josep Pla es considerado un viajero urbano porque visitaba y se instalaba en las ciudades europeas llegando en ferrocarril o barco. Sin embargo, su origen familiar rural, en el Empordà, le permite una comprensión de la reciprocidad entre ciudad y campo – que es uno de los valores, más allá de los literarios, de la relectura actual de sus textos. En el caso concreto del valle del Po su explicación sucesiva de tres ciudades y de sus paisajes correlativos ejemplifica su forma de ‘secuenciar’ las descripciones, por delimitaciones y escalas. El objetivo último de Pla, en todo caso, es hacer llegar al lector unas imágenes poéticas con ideas potentes detrás – y presentado, todo, a modo de síntesis. En la comparación entre Turín y Barcelona vemos como nuestro escritor añade a esta estrategia literaria la comparación.

- Los paisajes de Turín, las regiones circundantes y los caminos que conducen a la ciudad
- El Piamonte y la ciudad de Turín ofrecen siempre unas entradas agradables: tanto desde los puertos de los Alpes de Saboya como de los de la Liguria – que os permiten pasar del mar del golfo de Génova a los valles alpinos en una exhalación –, como si llegáis allí desde las tierras bajas y fértiles de la Lombardía (ibidem, p. 226).
- Importancia histórica del valle del Po.
- Las tierras regadas por el Po forman una de las regiones más agradables, más ricas y de mejor vivir que se puedan desear. No es extraño que hayan sido atravesadas tantas veces y por gentes tan diversas. Su prestigio ha sido una invitación activa en el espíritu de aventura y las pasiones del bienestar. El Po, el Rin: he aquí los teatros de la historia de Europa. Y la historia no pasa en vano, deja el camino trillado. En las tierras del Po se está bien. Y son de muy buen transitar (ibidem).
- Piamonte, Lombardía y Véneto: tres grandes regiones fluviales con tres ciudades (Turín, Milán y Venecia), cada una de las cuales tiene un paisaje diferente y reflejo de su respectiva región.
- Este río atraviesa tres países diferentes que son, al mismo tiempo, tres paisajes diversos. El Piamonte es un país ondulado, dibujado a la punta seca, poblado de siluetas elegantes, con manchas muy finas de rosas, verdes y claros. La Lombardía

es un país sólido, pesado, hecho de bloques de tierra macizos y cuadrados, de una abundancia un poco desmadejada, con generosos cumplidos, de un colorismo solidificado. El bajo Po, que se va diluyendo en el mar, es de una indolencia lacustre y vaga, una especie de delirio feliz y calmado. Las tres grandes ciudades del Po tienen, fatalmente, algo de su paisaje. Así, Turín tiene algo de ordenado y elegante; Milán es la masa y la vida tal cual; Venecia es el placer, la alegría y la blanda voluptuosidad (ivi, pp. 226-227).

- Contrastes de paisaje en el trayecto en tren de Savona a Turín.
- Esto no quiere decir que la entrada en el Piamonte a través de los puertos de la Liguria no sea del mayor interés. En ningún otro lugar de Italia se puede observar, como aquí, el contraste entre el mar y la alta montaña. En este sentido, el acceso por Savona, Bra y Campagnola es inolvidable. Franqueados los puertos, entramos en el meandro más extremo, y más resguardado, del valle del Po. En este rincón de tierra tierno y elegante se halla la misma esencia de esta región de Italia: tierra poblada de sorpresas alpinas, de una estilización despierta y grácil. Los innumerables afluentes del Po, bordeados de álamos y de blancas arboledas, fulgurantes a la luz del sol, deslumbran un poco la tierra con su agua. La agricultura hace aquí todas las concesiones imaginables. Entre los prados húmedos y los viñedos que bajan por los declives del Montferrato – que producen el vino de Asti – se nos aparece toda la gama agraria razonable. Esas delicadezas, frente a las formas monstruosas de los Alpes, tienen algo de jardín íntimo e inasible. Cuando el tren de Savona, en efecto, llega a Turín, la impresión de haber atravesado un jardín es vívida y amable (ivi, p. 227).
- Comparación de Turín y Barcelona. Geometría del tejido urbano. Diferencias en arquitectura, alturas, colores. El orden de Turín frente al desorden de Barcelona.
- Turín es la ciudad más simétrica, regular y geométrica de Italia. Es una ciudad de cuadrículas, de ángulos rectos y de calles largas y anchas. Ante una ciudad de este tipo, el Eixample de Barcelona nos ofrece una especie de prevención innata. Llegáis a ella con las lógicas reservas, pero pronto se desvanecen. La fórmula es la misma, pero entre una ciudad y otra hay muchas diferencias. En primer lugar, los órdenes de la arquitectura son distintos. Después, la capital del Piamonte está sujeta a un orden inflexible mientras que Barcelona es la ciudad de las ocurrencias y de las más delirantes y caprichosas veleidades (ivi, pp. 227-228).
- Relación entre la casa real de Saboya y Turín.
- [Turín] Fue durante muchos años la capital del reino, y esta condición le ha imprimido un carácter que se mantiene hasta hoy. La casa de Saboya fue una familia marcada para seguir la línea de los Apeninos de arriba abajo. Saliendo del

actual departamento francés de Saboya [...] hizo una primera y larga estancia en Turín. Después, siguiendo los avatares del *Risorgimento*, su capital fue Florencia; más tarde, Roma [...]. Sí: es una casa vinculada con la dirección norte-sur de estas montañas. Pero lo cierto es que en Turín es donde, como familia reinante, ha hecho una estancia más larga (ivi, pp. 228-229).

- Las calles y palacios del centro de Turín, vinculados a figuras humanas y a Cavour
- Desde esta plaza [Carlo Felice], la Vía Roma os lleva, atravesando el rectángulo un poco estirado y magnífico de la Piazza San Carlo, al núcleo ciudadano – Palazzo Reale, Palazzo Madama – del cual ha salido la Italia de hoy. De la Vía Roma y de sus calles adyacentes – que forman el corazón de la ciudad – se deduce una impresión de ambición y de claridad tan fuerte, un sentimiento de orden tan insidioso, una mezcla tan bien dosificada de prudencia y audacia, que os lleva a la memoria el jaqué ponderado y severo de los antiguos notarios – como el que llevaba Cavour, trabajando en una de estas habitaciones del viejo Turín (ivi, p. 229).
- Elogio de la elegancia de Turín, que ha sabido mantenerse a pesar de Fiat y la industrialización.
- [...] Turín se ha convertido en una gran ciudad industrial. La planta de la Fiat es impresionante. Es el mayor exponente de la capacidad de organización italiana. Con todo, la industrialización no ha afectado para nada el tono, el carácter, el aspecto inconfundible de su ciudad tradicional. Turín ha tenido el acierto de transformar su realidad material sin que ello haya afectado a su particular estructuración urbana. [...] El resultado ha sido magnífico: Turín es una considerable concentración industrial modernísima sobre un fondo de urbanismo plausible y tradicional (ibidem).

Apunte final

¿En qué medida un ‘relato de viaje’, como el que propone Josep Pla en *Cartes d’Itàlia*, nos puede servir como punto de referencia para fundamentar formas geográficamente innovadoras y creativas de abordar los *territorios locales*, con toda su complejidad y con todas sus problemáticas de presente y de futuro?

Somos conscientes que responder adecuadamente a la pregunta anterior, partiendo del análisis que hemos llevado a cabo, nos exigiría disponer de unas posibilidades que escapan, con mucho, a las dimensiones de este artículo. Nos limitaremos, por tanto, a señalar una serie de valores y de cualidades, intrínsecos a la literatura de Pla, y puestos de manifiesto en las páginas que anteceden, que, a nuestro juicio, merecen ser considerados

con atención. Especialmente al abordar, desde una visión global e interescalar, los retos relacionados con la valorización endógena del territorio:

1. Consideramos particularmente significativo que Pla conciba toda su obra literaria como un esfuerzo a favor de la *preservación de la memoria* (de los territorios, de la gente, de los paisajes, de las realidades geográficas vividas).
2. Cabe, asimismo, hacer énfasis en la 'apuesta metodológica' de Pla, como escritor, por la *experiencia directa* como fuente de conocimiento fundamental.
3. No debe pasar por alto un aspecto clave del perfil de Pla como escritor (desdoblado en 'cronista del territorio'), que es la atención que presta a la *escala local* – como fundamento de cualquier otra escala.
4. El libro *Cartes d'Itàlia* pone de manifiesto una atención específica del escritor por los *lugares* y por los *paisajes* (y en especial por los paisajes urbanos). Una atención que se ve enriquecida, en su caso, por su interés por la comparación y por el establecimiento de conexiones entre lugares y entre ciudades.
5. La particular 'mirada creativa' de Josep Pla, que parte siempre de la observación y que se proyecta a diferentes escalas territoriales (geográfica, escala media o paisajística, escala urbana), consideramos que podría ser un modelo de referencia para inspirar formas de turismo local todavía poco exploradas.

Bibliografía

Caballero J.V., «Los valores paisajísticos. Elementos para la articulación entre teoría e interpretación del paisaje», in *Cuadernos geográficos de la Universidad de Granada*, V. 51, 2012, pp. 245-269, <http://revistaseug.ugr.es/index.php/cuadgeo/article/view/241>

Carbonell E., *Josep Pla: El temps, la gent i el paisatge. Una etnografia de l'Empordà franquejant la literatura*, Barcelona, Edicions de 1984, 2006.

Castellet J.M., *Josep Pla o la raó narrativa*, Barcelona, Destino, 1978.

Català R., *La geografia com a narració descriptiva i com a construcció d'una 'pedagogia del món'. La literatura paisatgística de Josep Pla com a cas d'estudi*, Tesis Doctoral, Barcelona, Universidad de Barcelona, 2017.

Delogu I., «Prologo», in Pla, J. *Cara Italia* [Ver referencia completa en Pla, J. *Cartes d'Itàlia*], 1994, pp. 5-18.

Fuster J., «Notes per a una introducció a l'estudi de Josep Pla», in Pla, J. *Obra completa* [Vol. 1: *El quadern gris*], Barcelona, Destino, 1966, pp. 11-79.

Paül J., Tort J., *L'Empordà de Josep Pla*, Barcelona, Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 2009.

Pla X., *Josep Pla, ficció autobiogràfica i veritat literaria*, Barcelona, Quaderns Crema, 1997.

Pla J., *Cartes d'Itàlia*. In: *Obra completa* [13: *Les escales de Llevant*. Abreviatura: OC13], Barcelona, Destino, 1982 [1ª edición: Barcelona, Selecta, 1955]. Edición en italiano: *Cara Italia. Lettere e cartoline di un tempo che fu*, tr. it. di Antoni Arca, prólogo di Ignazio Delogu, Sassari, Editrice Democratica Sarda, 1994.

Pla J., *Le cahier gris*, París, Gallimard, 2013a.

Pla J., *The gray notebook*, New York, New York Review Books, 2013b.

Riba C., «Josep Pla» in *Els Marges: 1920-1926*, Barcelona, Impremta Altés, 1927, pp. 255-284.

Tort J., «La literatura com a font de recerca geogràfica: notes sobre la significació de l'Empordà en l'obra de Josep Pla», in *Revista de Geografia*, n. 26, 1992, pp. 57-66.

Tort J., Català R., «Josep Pla's Rural World: A Philosophy of Life?», in Fournier, M. (ed.), *Rural Writing. Geographical Imaginary and Expression of New Regionality*, Newcastle upon Tyne, Cambridge Scholars Publishing, 2018, pp. 45-59.

Écriture de la terre et valorisation éthico-poétique de l'Algérie

par Isabelle Eberhardt et Albert Camus: feuille de route

Ema Galifi

1. Qu'apporte le langage littéraire à nos expériences spatiales?

Une question qui se pose au tourisme littéraire et notamment aux itinéraires littéraires, est celle de la place de la littérature. Une des manières possibles pour définir la littérature est l'idée d'absence de finalité extérieure. Or, dans la géographie de la littérature, qui traite de la manière dont la littérature s'inscrit dans le territoire, la littérature peut être un moyen pour revaloriser et redynamiser un territoire et son patrimoine (Marengo, 2016; Zeghni, Fabry, 2017). La finalité est économique et sociale et la littérature devient un prétexte, tandis qu'en géographie littéraire, dont le point de vue est internaliste aux œuvres pour dégager les représentations et les relations spatiales, c'est l'enrichissement de la personne et de son regard qui guide la démarche. Cette contribution s'intéressera à la manière dont la géographie dite littéraire peut constituer un point de départ d'une géographie de la littérature. Il faut d'abord avoir lue une œuvre, s'être intéressé à sa géographie et sa géographicit  (Dardel, 2014), pour établir ces projets de valorisation spatiale par la littérature.

Après avoir explicité ce qu'apporte le langage littéraire aux expériences spatiales et nous être intéressés aux interactions entre expériences sensibles de l'espace et langage poétique, nous proposerons une étude de cas à partir des écrits non-fictifs d'Isabelle Eberhardt et d'Albert Camus, de laquelle ressortira une proposition de terrain pour donner naissance à un itinéraire de tourisme socio-culturel et littéraire qui attirerait l'attention des usagers sur un rapport esthétique et éthique au territoire. Comme l'explique Claude Reichler, la littérature fait que «[...] j'ai le sentiment de m'approcher mieux d'une connaissance personnelle, intime» d'un sujet:

Mais que se passe-t-il si je m'intéresse à la sorcellerie au Moyen Âge, ou aux phénomènes de possession sous l'Ancien Régime? J'ai à ma portée des études historiques, des statistiques, des descriptions de procès... Mais je ne dispose d'aucun processus actif auquel m'intégrer, et c'est une trivialité de dire que jamais je ne connaîtrai de l'intérieur la possession et les sorts, que jamais je ne «vivrai» la sorcellerie d'autrefois. Pourtant, si je lis *La Sorcière* de Michelet, ou *La Religieuse* de Diderot, j'ai le sentiment de m'approcher mieux d'une connaissance personnelle, intime, de la possession et de l'exclusion. Je suis entré en littérature (plus exactement: dans un mode littéraire de lecture) où la captation décrite par Favret-Saada est susceptible de se produire: le temps suspendu, les différences mises entre parenthèses, je suis *pris*, amené à m'identifier, non à ce que *l'autre* a connu, mais à la manière dont son expérience est représentée (Reichler, 1993, p. 62).

La mise en lien de la littérature avec la valorisation matérielle du territoire est motivée par l'efficacité de la littérature, qui relève de l'identification comme l'explique Claude Reichler. En effet, selon ce dernier, la littérature ouvre aux représentations qui donnent forme à des modélisations. Le langage littéraire va informer ou mettre à l'épreuve les représentations de chacun et ouvrir potentiellement à de nouvelles représentations, enrichies par la modélisation du texte littéraire:

D'autre part, on voit qu'à partir du moment où la perspective particulière qu'elle ouvre existe (et ce moment peut dépendre d'une manière de lire), la littérature joue dans l'ensemble des représentations fabriquées par une collectivité un rôle imprescriptible. En donnant à connaître les modélisations comme telles, elle trouble les identifications et les positivités, questionne les consensus qui délimitent l'espace commun.

Mais si elle entraîne (ou, en tout cas, accompagne) la séparation sociale et la division intérieure, elle possède aussi des aspects libérateurs. Elle permet à l'homme de prendre conscience des forces et des contraintes qui délimitent le champ de son expérience et, par cette conscience, lui donne la capacité de s'en détacher, voire de les transformer. [...] L'efficacité littéraire réside dans cet effet d'identification, qui soumet le lecteur à une croyance, même minimale, même destinée à être reprise. Ainsi, un texte littéraire est le sujet d'un savoir que ses lecteurs peuvent reconnaître ou méconnaître (ibidem).

Autrement dit, la littérature recèle d'une dimension performative (Fournier, Le Bel, 2018). Alors, quelle est cette efficacité littéraire sur le rapport aux lieux? La dimension 'invisible' de l'espace qui intéresse la géographie littéraire renvoie à la relation personnelle et émotionnelle qui peut s'établir entre l'humain et son espace

vécu. L'écriture de la terre et du rapport à cette dernière par le langage littéraire, peut permettre une valorisation des territoires parce qu'il joue un rôle de 'souffleur' (Matthey, 2008) d'un certain usage du monde. Le travail de géographie littéraire permet d'identifier, de rehausser ou de révéler des éléments d'un territoire donné dans ses différentes dimensions (matérielle, culturelle, sensible ou phénoménologique) au regard des problématiques pertinentes pour ce territoire et dans une perspective de valorisation de ce dernier. La vision d'auteurs aide à décortiquer l'espace, à le rendre signifiant par des atmosphères. Le détour par l'altérité, par le regard d'un autre agit à la manière d'un décentrement et d'un renouvellement de son propre regard. La géographie littéraire travaille à déchiffrer (Lévy, 1992) ces regards autres et s'attache à montrer les liens d'affection ou de désaffection qui peuvent se tisser entre l'humain et un territoire donné. La relation spatiale peut aller de la crainte à l'effroi (Tuan, 1983) ou de l'amour (Tuan, 1974) au respect jusqu'à la dépendance et l'adoration, que Yi-Fu Tuan nomme géopiété (Tuan, 1976). Au niveau des écrivains, la relation affective à une terre et ses cultures, peut donner naissance à l'expression littéraire d'un rapport au monde à la fois esthétique et éthique.

Au niveau du lecteur, l'écriture littéraire peut provoquer une sorte de réminiscence d'un sens éthique qui jaillit naturellement au contact de l'esthétique ou du sublime niché dans la nature, du fait de la condition in natura de l'humain. La valorisation symbolique du territoire par la littérature pourrait conduire les usagers du lieu à envisager un rapport esthétique et éthique à l'espace géographique et vécu (Frémont, 2009), en plus d'alimenter leur perception poétique. La richesse de la littérarité pour exprimer un vécu spatial fait appel à l'intelligence émotionnelle et non pas seulement rationnelle comme le fait le discours de l'écologie scientifique ou politique. Le caractère émotionnel du sentiment esthétique est plus à même de toucher le cœur des personnes. Finalement, la préservation de l'environnement est avant tout une question d'amour: il faut aimer la terre, la respecter, réaliser son importance pour commencer à changer nos manières individuelle et collective d'interagir avec elle. L'écriture littéraire renoue avec le fondement poétique de toute pensée ou action écologique (Galifi, 2021) et aide l'ouverture à d'autres manières de regarder. La recherche dans la littérature d'exemples des usages du monde, révélateurs de rapports harmonieux à la terre et à l'autre, peut ainsi avoir un intérêt à la fois existentiel et sociétal. L'envie de marcher dans les pas d'un auteur et de la même manière que lui, peut être suscitée; et le regard de l'utilisateur sera orienté, questionné voire transformé. La littérature devient également un outil, dont la fonction est d'ouvrir à une certaine perception et expérience du monde. C'est ce que nous allons essayer de dégager de l'analyse des rapports spatiaux d'Isabelle Eberhardt et d'Albert Camus.

2. Exemple de terrain d'étude pour un itinéraire littéraire: l'Algérie d'Isabelle Eberhardt et Albert Camus

Le tourisme en Algérie est encore peu développé mais tend à croître. Alger commence à devenir une destination à la mode. Quelques guides de tourisme existent tels que *Le goût d'Alger* (Collectif, 2006), le *Petit Futé* ou encore celui de l'Office national du tourisme de 1957 mais ils sont peu nombreux. Il semble donc pertinent de s'intéresser à la perspective géographique d'auteurs qui ont tissé une forte relation existentielle ainsi que sociale avec l'Algérie. Cela est d'autant plus pertinent que se développent le *slow tourism* (Mazuel, 2018; Matos-Wassem, 2004) et la volonté de voyager autrement, de manière non-stéréotypée. À ce propos, Daïa Boudarene, à l'initiative de *Carnets d'Algérie*¹ dont l'activité est le conseil et l'organisation de voyage, soit *travel planner*, trouve la proposition de cet itinéraire intéressante. *Carnets d'Algérie* vise à valoriser et à promouvoir le patrimoine culturel matériel ou immatériel de ce pays dans une perspective durable. Elle m'expliquait que ce genre d'approche est encore rare en Algérie. L'Algérie souffre de préjugés touristiques, notamment sur le plan sécuritaire, qui entravent un meilleur investissement du territoire par ce genre d'initiatives. C'est pourquoi ces regards d'Européens sur l'Algérie ou de personnes à la position d'entre-deux culturels, sont intéressants afin de travailler à la déconstruction des préjugés. La découverte par les Européens d'une autre Algérie que celle des représentations conflictuelles, pourrait induire un regain d'intérêt pour ce pays et donc une attractivité touristique. La mise en place de groupes mixtes composés d'Algériens et de Français est par exemple une possibilité pour expérimenter et réfléchir ensemble à leur histoire commune et à leurs représentations respectives. Ce genre d'itinéraire pourrait également intéresser les Algériens eux-mêmes, curieux de voir leur pays à travers des yeux autres et d'apprendre sur leur histoire à partir de ces écrivains francophones qui font aussi partie de leur héritage.

L'Algérie d'Isabelle Eberhardt et d'Albert Camus comporte des éléments à exploiter dans le cadre d'une valorisation territoriale. La position d'entre-deux culturels des deux auteurs, l'amour qu'ils ont eu pour ce pays et l'importance qu'ils ont accordé à une pratique du voyage aujourd'hui qualifiée de *slow* rendent pertinente la proposition d'un itinéraire littéraire, axé sur la mise en valeur d'une pensée et d'une manière de vivre méditerranéennes, généreuses et éthiques à l'égard de l'autrui, compris comme l'autre humain et l'autre de l'humain.

Le départ de cet itinéraire se ferait à Annaba, anciennement Bône, qui est à la fois la première ville visitée par Isabelle Eberhardt lors de sa découverte de l'Algérie en 1897,

¹ <https://carnetsdalgerie.com/>

et la ville proche (30 kms) du lieu de naissance d'Albert Camus, Mondovi, aujourd'hui Dréan. De cette étape de départ, il faudrait se diriger vers Constantine en passant par Guelma et Batna, qu'Isabelle Eberhardt a traversé.

Depuis Constantine, il s'agira de se rendre dans les Haut Plateaux et la région de la Kabylie, sur le site des ruines romaines de Djemila puis à Bordj Bou Arreridj, en passant potentiellement par Sétif. Il sera possible, mais pas indispensable, de faire une descente vers M'Sila puis jusque Bou Sâada et El Hamel, où se trouve la *zaouïa* de Lalla Zineb, grande figure féminine de l'Islam auprès de qui Isabelle Eberhardt a séjourné.

L'itinéraire quitte les Haut Plateaux pour se diriger vers la côte algéroise en passant par Tizi Ouzou. Depuis Alger, l'itinéraire se rend à Médéa, pour remonter vers Blida afin de se rendre à Oran, en passant par Tipasa et Ténès. Depuis Oran, il sera possible de faire un crochet par Saïda pour ensuite se rendre à Tlemcen. Depuis Tlemcen, il serait intéressant mais optionnel, de passer la frontière marocaine comme l'a fait Isabelle Eberhardt pour découvrir Oujda et se sensibiliser aux problèmes frontaliers de ces pays.

L'itinéraire quitte le Nord du pays pour descendre progressivement vers le désert en direction tout d'abord d'Aïn Sefra, où Isabelle Eberhardt est décédée. Il est possible de se rendre à Beni Ounif, ville topophobe pour la jeune femme qui permet de mettre en lumière la diversité paysagistique du désert, puis à Kenadsa, où elle remarque la coexistence pacifique des monothéismes.

Le chemin prend la direction de Laghouat, où Camus a séjourné dans le désert – voyage qui lui inspirera de profondes réflexions existentielles telle que cette note dans ses *Carnets*: «À Laghouat, singulière impression de puissance et d'invulnérabilité. En règle avec la mort, donc invulnérable» (2008, p. 1152). C'est ensuite en direction d'El Oued qu'il faut se rendre, dans la région du Souf, très importante pour Isabelle Eberhardt, qui en a fait sa terre d'élection. Ce sera l'occasion de passer par Touggourt et Temacine. Une fois à El Oued, la remontée par Kouinine, Guemar, El Meghaïer, les chott Ferhir, Melghir et el Hodnan, par Sidi Okba, Biskra, Timgad et enfin Batna où se termine l'itinéraire.

Sur le plan matériel, il s'agirait de réaliser un opuscule sur le modèle de *La Genève d'Aurora Bertrana* (Vilallonga, 2018), comprenant des cartes et les informations nécessaires pour l'itinéraire tels que la manière dont ils voyagent, des éléments marquants de leur vie en rapport avec les problématiques qui occupent cet itinéraire, ce sur quoi leurs regards s'arrêtent tels que la nature, les sociétés et leurs cultures ou bien encore des éléments de réflexions sur des thématiques centrales chez nos auteurs que nous allons aborder de manière non-exhaustive. Un système de pancartes sur le chemin pourrait compléter l'ouvrage.

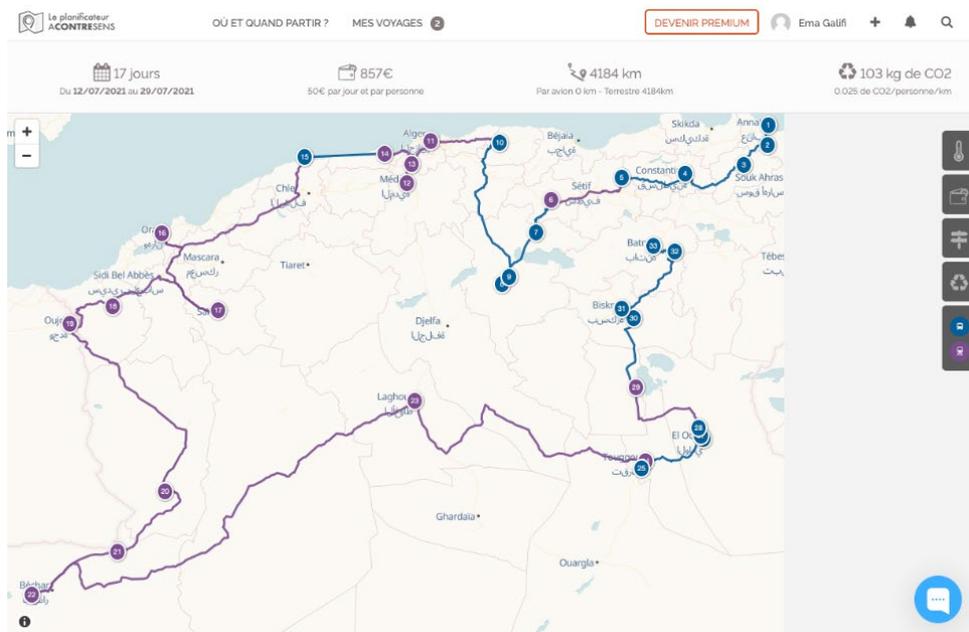


Figure n. 1

L'Algérie d'Isabelle Eberhardt et d'Albert Camus

Source: Carte réalisée et photographiée par Ema Galifi à partir du site Le planificateur A-contresens.

2.1. Slow tourism et méditation sur la beauté du monde

Nous avons utilisé l'outil numérique de création d'itinéraire de voyage *Le planificateur A-contresens*². Le site propose le tracé cartographique du voyage et estime son coût en termes de kilomètres et d'émission de gaz à effet de serre comme l'illustre la capture d'écran de notre simulation (Fig. 1). Le total kilométrique de l'itinéraire estimé à 4184 km a été pensé sur une vingtaine de jours parce qu'il serait parcouru essentiellement en mobilités douces (train, bus ou marche) pour minimiser les émissions de gaz à effet de serre. Néanmoins, on sait qu'aujourd'hui la réalité de la mobilité algérienne favorise la voiture, d'autant plus dans le désert avec l'utilisation de 4X4, au détriment du train ou du bus dont les lignes sont encore peu développées. Informer le long de l'itinéraire sur la pratique des lieux des auteurs et leur manière de voyager – qui correspondent souvent au *slow tourism* – est une voie possible pour sensibiliser l'utilisateur sur ses choix de mode de vie et sur sa manière de voir le monde dans une perspective à la fois écologique et poétique. Par exemple, pour Camus l'avion est synonyme de négation de l'essence du voyage – faite de découvertes et d'étapes:

² <https://planificateur.a-contresens.net/>

Paris-Alger. L'avion comme un des éléments de la négation et de l'abstraction modernes. Il n'y a plus de nature; la gorge profonde, le vrai relief, le torrent infranchissable, tout disparaît. Il reste une épure – un plan (Camus, 2006, p. 1105).

De la même manière, lorsqu'il retourne en Algérie en 1952 pour parcourir le désert, de Laghouat à Gardhaïa, il écrit à Maria Casarès préférer la voiture à l'avion, parce que ce dernier ne permet pas de savourer le désert: «Il y a des avions, mais une fois par semaine – et puis je voudrais cheminer vers le désert, non l'avaler d'un coup» (Camus, Casarès, 2017, p. 887). Isabelle Eberhardt, de par son époque, n'a d'autres choix que d'utiliser des moyens de locomotion lents. Elle privilégie le cheval et la marche, et plus rarement le dos de chameaux ou de mules. Elle utilise parfois le train et mentionne des trajets effectués en carriole ou en guimbarde. De manière générale, elle n'apprécie guère l'agitation des centres urbains, qui sont pour elle des lieux pervertis par la présence agitée et inauthentique du mode de vie européen. Elle critiquera déjà l'agir touristique et cherchera des voies de voyage qui trouvent une résonance en elle. Ils fuient tous deux les logiques touristiques et les critiquent. *A contrario*, ils accordent une grande importance à la contemplation de paysages naturels et leurs multiples descriptions enrichissent les regards. Ils invitent à la communion avec la nature par la marche ou les moyens de déplacement qui permettent la lenteur. De manière similaire au *slow tourism* (Hallem, Sahut, Hikkerova, 2020), la nature méditerranéenne devient, par la marche, un lieu de ressourcement, là où ils trouvent un apaisement et là où l'être peut pleinement se déployer. L'espace de prédilection d'Isabelle Eberhardt est le désert qu'elle dépeint dans toute sa diversité, et pas seulement comme une étendue de dunes de sable monotones, comme se le représente l'imaginaire européen (Bouvet, 2002, p. 109). Elle donne ainsi à voir des paysages de l'hamada, de l'oued ou encore des montagnes ainsi que ceux du reg ou de la végétation verdoyante de l'oasis:

Nous entrons dans la vallée pulvérulente de Beni-Ounif, formée de collines arides, qui s'écartent, vers l'ouest, sur un horizon incandescent.

Qu'il est dissemblable, ce pays de poussière et de pierre, des régions aimées du Sud-Est, du grand Erg immaculé, des dunes pures et irisées du Souf, et des chott immenses, et des palmeraies mystérieuses de l'Oued-Rir'h salé! (Eberhardt, 1988, p. 141).

On trouve bien évidemment des descriptions de l'erg saharien:

Rien ne saurait égaler en splendeur et en mystère les nuits de lune dans le désert de sable. Le chaos des dunes, les tombeaux, les maisons et les jardins toutes les choses s'estompent,

se fondent. Le désert, d'un blanc neigeux, s'emplit de fantômes, de reflets tantôt roses, tantôt bleuâtres, de lueurs argentées... Aucun contour net et précis, aucune forme arrêtée et distincte: tout reluit, tout scintille à l'infini, mais tout est vague.

Les dunes semblent des vapeurs amoncelées à l'horizon. Les pentes les plus proches disparaissent dans l'infinie clarté d'en haut. Les hommes vêtus de blancs marchent, telles des apparitions, à peine distincts, comme vapoureux (*ibidem*).

Ces deux auteurs donnent des exemples de fusion avec le monde par l'expérience d'une dépersonnalisation pour ne faire plus qu'un avec le monde (Galifi, 2021). C'est alors la tombée de la séparation de l'humain et du monde, soit le jaillissement de l'unité. À partir de là, toute une réflexion éthique découle de cette expérience esthétique et métaphysique. Cela pourra être mis en évidence sur l'itinéraire à Djémila et Tipasa que Camus a célébré lors de ses promenades de jeunesse, durant lesquelles ont eu lieu ses *Noces* avec la nature méditerranéenne. À ce sujet, les usagers de l'itinéraire pourront emprunter celui proposé par Catherine Sicart (2018) qui permet de découvrir certaines des œuvres de Camus, dont *Noces* à partir de Tipasa. Cultiver la lenteur dans sa manière de se déplacer permet d'être mieux attentif à son environnement et d'accueillir toute sorte d'expériences spatiales (Sansot, 2000). L'attention peut alors se porter sur les détails ainsi que sur des éléments différents de ce que la vision touristique recherche, telles que les marges, comprises symboliquement comme l'espace blanc autour d'un texte où des variantes peuvent être écrites ou comme un intervalle de temps et d'espace où résident les possibles. Par exemple Camus, dans son recueil de textes sur l'Algérie, ses villes et ses paysages, *L'Été*, donne des conseils sur des promenades originales dans Alger ou souligne la caractéristique de Constantine, surnommée la ville des ponts suspendus:

Alger a un long collier de boulevards sur la mer; il faut s'y promener la nuit. [...] Constantine a un pont suspendu où l'on se fait photographier. Les jours de grand vent, le pont se balance au-dessus des gorges du Rummel et on y a le sentiment du danger.

Je recommande au voyageur sensible, s'il va à Alger, d'aller boire de l'anisette sous les voûtes du port, de manger le matin, à la Pêcherie, du poisson fraîchement récolté et grillé sur des fourneaux à charbon; d'aller écouter de la musique arabe dans un petit café de la rue de la Lyre dont j'ai oublié le nom, de s'asseoir par terre à 6 heures du soir, au pied de la statue du duc d'Orléans, place du Gouvernement (ce n'est pas pour le duc, c'est qu'il y passe du monde et qu'on y est bien); [...] de visiter les cimetières arabes, d'abord pour y rencontrer la paix et la beauté, ensuite pour apprécier à leur valeur les ignobles cités où nous remisons nos morts [...] (Camus, 2008, p. 595).

Dans *l'Été*, Camus utilise de manière exemplaire l'usage de l'écriture littéraire dans une perspective viatique. Il ouvre le recueil avec un texte à la forte teneur géographique «Le Minotaure ou la halte d'Oran» dans lequel il exploite la fonction pratique d'un récit de déambulation spatiale, à partir de sa vision poétique de l'espace. En effet, il donne des conseils et des indications d'usage des lieux tels que précités et met ainsi en valeur leur capital symbolique. C'est le cas de la ville d'Oran qu'il analyse de manière si personnelle que le regard d'un lecteur ne pourra qu'en être pénétré. Oran doit se parcourir comme l'envers d'Alger dont la baie est ouverte:

Une ville qui tourne le dos à la mer et se construit en tournant autour d'elle-même à la façon des escargots. On erre dans ce labyrinthe, cherchant la mer comme le signe d'Ariane. Mais on tourne en rond dans toutes ces rues disgracieuses et laides. À la fin, le Minotaure dévore les Oranais: c'est l'ennui.

[...] On ne peut pas savoir ce qu'est la pierre si l'on est pas venu à Oran. Dans l'une des villes les plus poussiéreuses du monde, le caillou et la pierre sont rois (Camus, 2006, pp. 918-919).

Oran est un désert symbolique dans sa géographie: à force d'activités et d'agitation, elle conduit son usager à retourner en lui-même et à ses propres profondeurs, mouvement illustré par le combat de Thésée dans le labyrinthe du Minotaure. L'usager de la ville doit lutter contre le Minotaure, qui renvoie à l'ennui et à l'absurdité de l'existence dans cette ville où le matérialisme frivole essaie de détourner l'humain de lui-même.

La mise en mots de leurs méditations sur ce pays, ses particularités et ses beautés, proposent une approche originale de l'Algérie, loin des représentations topophobes et anxieuses qui conduisent sur un chemin balisé par des complexes hôteliers, l'esprit plein de préjugés. Proposer des *regards autres* sur des lieux, invite l'usager à décentrer son regard et à l'ouvrir.

2.2. Figures de l'Européen et des humbles: la question coloniale et l'interculturalité

Ce travail de décentrement du regard peut trouver une concrétisation dans cet itinéraire orienté vers une pensée de la nuance, sur un territoire où l'extrémisme manichéen et les idéologies ont souvent pris le pas sur les points de vue nuancés et l'association des contraires. Cette autre manière de regarder pourrait être travailler à partir de l'expérience du désert d'Isabelle Eberhardt. Le désert prend une dimension existentielle et spirituelle chez la jeune femme qui s'ouvre à la mystique soufie à travers lui lors de ses pérégrinations. La région autour d'El Oued, pourrait être investie de cette question et l'exemple de la tentative d'assassinat dont elle est victime en 1901 à Béhima, à cause de son excentricité,

de son européanité et de son appartenance à la confrérie adverse des Kadriya qui étaient insupportables à son agresseur. À la suite de cet épisode, conformément à l'exemple de la miséricorde et de la bonté divines, Isabelle Eberhardt fait montre d'une grande tolérance et de magnanimité en excusant son agresseur et en demandant sa libération. Le regard et le témoignage de la jeune femme peuvent mener à la rencontre avec l'Islam. Il n'est pas question de prosélytisme, mais d'ouverture à d'autres manières d'appréhender la réalité. Comme l'expliquent Yusra Hallem, Jean-Michel Sahut et Lubica Hikkerova (2020), le *slow tourism* est aussi porté par les revendications des autochtones pour une plus grande considération de leurs modes de vie et de leurs cultures.

Nous l'avons dit, l'itinéraire de ces deux auteurs, est celui des humbles, de la nature, de l'élément religieux et spirituel, – en somme tout ce qui constitue la vie quotidienne des peuples. Ils n'ont pas une dimension élitiste et vont valoriser les marges, autant spatiales que symboliques. Ils refusent l'un comme l'autre un langage complexe, hermétique ou jargonant. Ils écrivent au plus près des peuples et au plus près de la terre. Ils veulent offrir, par leurs écrits, une voix aux humbles pour que soit entendu leur point de vue, difficilement compréhensible sans immersion auprès d'eux. Camus est issu des gens de peu; Isabelle Eberhardt ne se trouve bien qu'à leur contact et n'aime pas les mondanités. Dès son premier voyage en Algérie, elle quittera le confort du quartier européen de Bône pour vivre parmi les Arabes, ce qui choquera les colons (Galifi, 2020). Ces deux auteurs vont à l'encontre des schémas et des représentations les plus courantes du colon ou de l'Européen, ce qui peut aider à aller dans le sens de la pacification des plaies du passé – que l'on sait encore douloureuses (De Rochebrune, Stora, 2011). L'image des francophones en Algérie pourrait être pensée en montrant à quel point ces auteurs respectaient et aimaient ces peuples, leur terre et leurs cultures.

Par exemple, les premières étapes autour de Bône et Mondovi, permettraient de découvrir des éléments biographiques sur ces deux auteurs. Il pourrait aussi être question, à partir d'anecdotes de l'enfance de Camus et du premier voyage d'Isabelle Eberhardt, de sensibiliser au fait colonial et à la figure du colon ou de l'Européen. En vivant à la manière des nomades qu'elle fréquente au point de prendre la tenue et l'attitude du musulman (Galifi, 2020), Isabelle Eberhardt donne à découvrir un autre mode de vie par les scènes de la vie nomade qu'elle décrit de l'intérieur. En plus d'une saisie de la vie de mystique, elle donne à voir une autre image de l'Islam que celle des médias d'aujourd'hui. Par exemple, elle ravive la mémoire d'une figure importante de l'Islam, celle de Lëlla Zeyneb et de sa *zaouïya* à El-Hamel:

Les *zaouïya* ne sont pas, comme l'affirment certains auteurs qui ne les connaissent que de nom, des 'écoles de fanatisme'. Outre l'instruction musulmane, les *zaouïya* dispensent les bienfaits de leur charité à des milliers de pauvres, d'orphelins, de veuves et d'infirmes qui, sans elles, seraient sans asile et sans secours.

Plus que toute autre, la *zaouïya* de Lèlla Zeyneb est un refuge pour les déshérités qui y affluent de toutes parts (Eberhart, 1988, p. 122).

La région de la Kabylie permettra, quant à elle, de rappeler l'itinéraire de la misère et de l'inégalité qu'a entrepris Albert Camus en 1939 pour dénoncer l'injustice coloniale.

Conclusion

Tout en valorisant le patrimoine matériel et immatériel de l'Algérie, la mise en œuvre d'un itinéraire littéraire de cette sorte pourrait apporter des réponses à des problématiques et défis sociaux telles que la crise écologique en portant le regard sur nos 'communs' tels que la nature et nos interactions avec cette dernière ou notre manière d'habiter le monde. Des éléments pour la réconciliation des peuples face aux plaies de la colonisation pourront également être soulignés. Ce genre d'itinéraire permettrait de diriger le regard et la réflexion des usagers sur ces grandes problématiques qui concernent l'avenir de nos sociétés.

Néanmoins tout cela n'est qu'une hypothèse qui nécessite l'expérience des lieux pour tester sa faisabilité. Il s'agira de tester les conditions de possibilité de cet itinéraire selon les modalités du *slow tourism*. Comment pallier la mauvaise qualité des transports en commun et favoriser les mobilités douces? L'utilisation du chameau pour faire des portions du voyage dans le désert est-elle éthique? Les peuples locaux sont-ils accessibles pour l'accueil des voyageurs? Comment concilier l'écart entre ce qui a été écrit du temps de nos auteurs et aujourd'hui?

Bibliographie

Bouvet R., «Variations autour d'un paysage: le désert chez Isabelle Eberhardt», in *Pratiques de l'espace en littérature*, 2002, pp. 105-117. <http://oic.uqam.ca/fr/articles/variations-autour-dun-paysage-le-desert-chez-isabelle-eberhardt>

Camus A., *Carnets 1935-1948*, in *Œuvres complètes*, II, Paris, Gallimard, 2006.

Camus A., *L'Été* in *Œuvres complètes*, III, Paris, Gallimard, 2008.

Camus A., «Carnets 1935-1948», in *Oeuvres complètes*, IV, Paris, Gallimard, 2008.

Camus A., Casarès M., *Correspondance 1944-1959*, Paris, Gallimard, 2017.

Collectif, *Le goût d'Alger*, Paris, Mercure de France, 2006.

- Dardel E., *L'homme et la Terre*, dans *Écrits d'un monde entier*, Genève, Héros-limite, 2014.
- De Rochebrune R., Stora B., *La guerre d'Algérie vue par les Algériens*, I, Paris, Denoël, 2011.
- Eberhardt I., *Écrits sur le sable. Œuvres complètes*, I, Paris, Grasset, 1988.
- Fournier M., Le Bel P.-M., «Le tourisme littéraire, lire entre les lieux», in *Téoros*, n. 37, 2018
<http://journals.openedition.org/teoros/3258>.
- Frémont A., *La région, espace vécu*, Paris, Flammarion, 2009.
- Galifi E., «Quels fondements (géo)poétiques de l'écologie?», in Echauri Galván B., Ori J. (eds.), *Nuevos horizontes de la literatura comparada (Vol. 2): literatura y naturaleza: voces ecocríticas en poesía y prosa*, Madrid, Sociedad Española de Literatura General y Comparada, 2021, pp. 124-136.
- Galifi E., «Vagabondage entre les cultures dans les correspondances d'Isabelle Eberhardt», in Geat M. (ed.), *Expressions et dynamiques de l'interculturel dans Des correspondances du XIXe au XXIe siècle*, Rome, Roma Tre-Press, 2020, pp. 69-94.
- Hallem Y., Sahut J.-M., Hikkerova L., «Le "Slow tourisme" comme voie pour améliorer le sentiment de bien-être», in *Gestion 2000*, n. 3, 2020 pp. 129-147.
- Lévy B., «L'empreinte et le déchiffrement: géopoétique et géographie humaniste», in *Cahiers de géopoétique*, V. 1, 1992, pp. 27-35.
- Marengo M., *Geografia e letteratura. Piccolo manuale d'uso*, Bologne, Pàtron, 2016.
- Matos-Wasem R., «Le tourisme lent contre le bruit et la fureur des vacances», in *La Revue Durable*, n. 157, 2004, pp. 48-51.
- Matthey L., «Quand la forme témoigne. Réflexion autour du statut du texte littéraire en géographie», in *Cahiers de géographie du Québec*, n. 147, 2008, pp. 401-417.
- Mazuel L., «Le slow tourisme, un nouvel enjeu pour le développement durable des territoires et la préservation des paysages», in *European landscapes and quality of life*, Clermont-Ferrand, Permanent European Conference for the Study of the Rural Landscape, 2018.
- Reichler C., «La littérature. Pour une anthropologie historique interprétative», in *Lettres Actuelles*, n. 3, 1993, pp. 61-65.
- Reichler C., «La littérature comme interprétation symbolique», in *L'interprétation des textes*, Paris, Editions de Minuit, 1989, pp. 81-113.
- Sansot P., *Du bon usage de la lenteur*, Paris, Rivages, 2000.
- Sicart C., «Tourisme littéraire en Algérie: Albert Camus, l'étranger en ses terres», in *Téoros* [En ligne], n. 37, 2018, <https://journals.openedition.org/teoros/3233#quotation>.
- Tuan Y-F., *Topophilia*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, 1974.
- Tuan Y-F., «Geopiety: A Theme in Man's Attachment to Nature and to Place», in Lowenthal D., Bowden, J.M., *Geographies of the Mind*, New York, Oxford University Press, 1976, pp. 11-39.
- Tuan Y-F., *Space and place, The perspective of Experience*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 1977.
- Tuan Y-F., *Landscape of Fear*, New York, Pantheon, 1983.

Vilallonga M., *La Genève d'Aurora Bertrana*, Gérone, Chaire du Patrimoine Littéraire Maria Àngels de Climent, Université de Gérone et alii, 2018.

Zeghni S., Fabry N., «Le tourisme littéraire», in *Juristourisme*, n. 194, 2017, pp. 38-41.

Sitographie

<https://planificateur.a-contresens.net/>

<https://carnetsdalgerie.com/>

La Ciociaria e il cinema: quando un *simulacrascape* stigmatizza un territorio

Camilla Giantomaso

1. Geografia e cinema: una territorialità immaginaria

Dall'unione delle terre che confinano a sud con la Campania, a est con l'Abruzzo e a nord con il Lazio – e che del Lazio fanno ufficialmente parte – si sviluppa la Ciociaria¹, area prevalentemente montuosa, nota per essere stata la patria di illustri icone della settima arte, quali i registi Vittorio De Sica e Giuseppe De Santis, nonché la coppia di attori Marcello Mastroianni e Nino Manfredi. Artisti che con i loro film hanno saputo raccontare, con lucidità e ironia, la storia del nostro Paese, tanto nella celebre stagione neorealista quanto, in quella immediatamente successiva, della commedia all'italiana.

Se a prima vista il rapporto tra geografia e cinema può sembrare semplice, basato prevalentemente sull'interpretazione dello spazio vissuto impresso sulla celluloida (Frémont, 1976; Lando, 1993), in realtà esso è ben più complesso. Interpretare le opere cinematografiche da una prospettiva geografica significa, infatti, confrontarsi non tanto con lo spazio filmico in sé, ma più propriamente con l'apparato immaginifico che il cinema, in qualità di macchina simulante, incorpora e diffonde (Leonzi, 2009). Senza trascurare l'aspetto legato al potere evocativo di una narrazione cinematografica che, in quanto tale, «[...] concorre alla costruzione delle identità dei luoghi che rappresenta e del paesaggio in cui la narrazione si dipana» (Pollice, 2012, p. 12), arrivando anche a guidare o a caratterizzare processi locali di territorializzazione.

¹ Più che a un territorio geografico dai confini netti e marcati, la Ciociaria rimanda a un'area che, a partire dal ventennio fascista, viene fatta coincidere con il Lazio meridionale, tra le provincie di Frosinone e di Latina. Solo a partire dagli anni Novanta, il nome Ciociaria ha iniziato a essere usato esclusivamente dalla provincia di Frosinone, a seguito di una massiva campagna turistica promossa dalla regione Lazio (Zangrilli, 2002).



Figura n. 1
La valle del Liri, terra di Cicerone, Mastroianni e De Sica
Fonte: Ciociaria Turismo.it

In Italia, nell'ambito del paradigma territorialista, il dibattito scientifico centrato sul 'fatto cinematografico' e sulla *fiction*² in generale è stato sin da subito legato al concetto di *territorialità*, sviluppato nei primi anni Ottanta da Claude Raffestin. Come sostenuto a più riprese dal geografo ginevrino (1986 e 2017), il complesso delle relazioni che i gruppi umani stabiliscono con lo spazio in cui agiscono non si esplica solamente in azioni concrete ma anche in altre di tipo astratto e simbolico, come le *rappresentazioni*.

Marcello Tanca (2020), partendo da queste considerazioni e da quelle di Angelo Turco sul concetto di territorio (1988)³, ha recentemente sviluppato una definizione ancora più marcata di territorialità legata al mondo finzionale, ovvero quella di *territorialità immaginaria*, fondata sull'idea che la fiction costituisca una *simulazione di territorialità*, a metà strada tra mimesi e simulacro⁴. In questo tipo di analisi non è ri-

² La nozione di fiction viene qui utilizzata come sinonimo di opera e narrazione finzionale, similmente a quanto indicato da Tanca nell'incipit di *Geografia e fiction* (2020).

³ Nella sua teoria geografica della complessità (1988), Turco definisce il territorio il prodotto di un processo di territorializzazione, tramite il quale gli esseri umani trasformano lo spazio fisico in un artefatto sociale.

⁴ Nella già citata *Geografia e fiction*, Tanca sostiene – richiamando a sua volta tanto gli studi di Doležal sul rapporto tra fiction e mondi possibili (1999) quanto la logica del simulacro di Baudrillard (1980) –

levante sapere se e quanto il territorio finzionale sarà fedele nella riproduzione di un territorio già dato e conosciuto, e nemmeno ripercorrere il legame affettivo e identitario che l'autore intrattiene con i propri spazi di vita. Piuttosto è importante soffermarsi sulle rappresentazioni del territorio veicolate *dalla e nella* stessa opera finzionale, rispettando quella che è la specificità del *medium* in questione ed evitando di ricondurre ogni interpretazione a un'esamina testuale (secondo i dettami del *discursive turn* di cui Duncan è stato il capostipite). Sebbene infatti un film abbia indubbiamente anche una componente testuale, esso tuttavia è «[...] contemporaneamente creazione e rielaborazione visiva e sonora di un tempo e di uno spazio che insieme al racconto produce sensazioni ed emozioni» (Nicosia, 2011, p. 9).

Sulla scia di queste riflessioni, l'obiettivo della presente analisi è quello di offrire degli «orizzonti ecfrastrici» (Turco, 2010) della Ciociaria al cinema, con un focus su quei film più rappresentativi in cui è andato delineandosi quell'immaginario che conosciamo oggi.

A tal fine si è scelto di suddividere il presente saggio in due paragrafi, corrispettivi di due dei tre momenti in cui la dimensione simbolica del territorio, secondo la logica della teoria baudrillardiana dei simulacri⁵ (1980), ha preso corpo: il primo volto ad esaminare le opere di due autori del neorealismo, i 'maestri' De Santis e De Sica, e la loro operazione di 'contraffazione' in chiave mimetico-naturalistica del territorio ciociaro; il secondo, invece, dedicato a una pellicola *sui generis* di Nino Manfredi, 'liberamente ispirata' a quell'impianto immaginifico che la televisione aveva contemporaneamente imposto e consacrato su più vasta scala, da intendersi come esempio di un 'tipo' o 'simulacro di secondo ordine' in cui, diversamente dal primo, «[...] la referenza originaria con un'eternità semiotica è estinta, lasciando il posto alla serializzazione dei segni» (Altobelli, 2020, p. 45).

L'intento ultimo è quello di dimostrare come nel tempo tali narrazioni cinematografiche abbiano concorso alla costruzione di un immaginario della Ciociaria altamente stereotipato, nel quale le stesse comunità locali non vi si riconoscono. Elemento, questo, che decreta di fatto una dissonanza tra le immagini proposte dal cinema e l'attuale offerta turistica locale, fungendo altresì da ostacolo alla valorizzazione turistica del territorio mediante lo strumento cinematografico.

che i due concetti di mimesi e simulacro sono tra loro inversamente proporzionali, ponendosi «[...] agli estremi di un'ipotetica scala di valori i cui gradi intermedi sono rappresentati dalla contraffazione e dal tipo» (ivi, p. 127).

⁵ Baudrillard vede nella contemporaneità l'era della simulazione (1980), i cui tratti distintivi sarebbero la «[...] liquidazione di tutti i referenti e la sostituzione del reale con la processione dei simulacri» (p. 61). In merito alla genealogia della significazione, egli individua tre ordini di simulacro: il primo è la 'contraffazione', il secondo è il 'tipo', il terzo, invece, è il 'simulacro assoluto' o 'memesi', copie di copie senza originale.

2. La Ciociaria neorealista di Giuseppe De Santis e Vittorio De Sica

In Italia, gli anni fra il 1943 e il 1951 hanno visto l'affermarsi del cinema come arte neorealista, volta a raccontare la realtà senza filtri o mediazione alcuna, dando forte risalto alla componente visiva del paesaggio⁶. Ecco così che anche un territorio apparentemente rude e cupo come quello ciociaro diventa l'ambientazione ideale per alcuni film appartenenti a tale genere. De Sica e De Santis, infatti, scelsero la Ciociaria per ambientarvi racconti collettivi di uomini in lotta contro l'ingiustizia della 'Storia', sia essa di matrice bellica come in *La ciociara* (1960), film che porta sul grande schermo l'umiliazione dello stupro di massa subito dalle donne ciociare per mano delle truppe coloniali francesi, oppure di natura socio-economica, come quella vissuta dai pastori di *Non c'è pace tra gli ulivi* (1950), per i quali «[...] quattro pecore possono significare la salvezza dalla fame» (De Santis, 1950, p. 1).

Sebbene tra i due registi sia indubbiamente De Sica quello più rappresentativo di tale movimento, è tuttavia De Santis quello che ha saputo cogliere i più profondi misteri legati a questa terra, senza cadere nel macchiettismo. In altre pellicole del dopoguerra⁷, come poi in televisione, la Ciociaria veniva infatti troppo spesso rappresentata come una mera terra di lavoro e di emigrazione, e i suoi abitanti come una massa di contadini povera e analfabeta, che porta ai piedi la *ciocia* e balla il *saltarello*.

Numerosi sono i personaggi, per la maggior parte donne, che esprimendosi in dialetto o in un italiano scorretto e fortemente dialettale servivano a far ridere gli spettatori o a ricordare le condizioni di vita che le avevano spinte in città, per lo più a Roma, a fare i lavori domestici, come la servetta in *Umberto D* di Vittorio De Sica (1952); «[...] senza dimenticare il personaggio del barista di Ceccano interpretato dal ciociaro Nino Manfredi, la cui espressione *fusse che fusse la vorta bbona* è diventata sinonimo di *ciociarinismo* e di frustrazione nazionale» (Vitti, 2002, p. 292).

Pure in *La ciociara*, film tratto dal romanzo omonimo di Alberto Moravia, De Sica non si è sottratto a tale meccanismo di caratterizzazione dei personaggi, con i contadini di Sant'Eufemia (Sant'Agata nella realtà toponomastica) raffigurati come uomini

⁶ Dietro al neorealismo si cela la volontà di restituire l'immagine del Paese dopo la fine della guerra, ossia il tentativo di mostrare il territorio italiano per quello che è, focalizzandosi, in particolare, sui quartieri più poveri delle città e sulle zone rurali. Da un punto di vista formale, ciò si traduce nella scelta di girare in esterni piuttosto che dentro gli *studios*, di ricorrere ad attori non professionisti e di privilegiare l'uso della profondità di campo e delle inquadrature lunghe (Bernardi, 2002; Brunetta, 2003).

⁷ Di grande successo al botteghino fu la stagione della commedia bucolica (o neorealismo rosa), inaugurata nel 1952 con *Due soldi di speranza* di Castellani. Ritualizzando le ambientazioni e i toni della poesia bucolica (a cui tale genere si accosta), i film sono accomunati da un medesimo *fil rouge*: la rappresentazione di un Sud spolitizzato, estraneo dalla realtà civile, e una forte caratterizzazione dei personaggi, a cominciare da quello femminile della popolana bella, fiera e aggressiva, col cesto sulla testa.



Figura n. 2
Le ciocie, il calzare tipico del basso Lazio
 Fonte: Ciociaria Turismo.it

ignoranti, avidi e chiassosi, intenti ad ingannare il proprio tempo cantando, accumulando cibo e abbuffandosi; senza trascurare la componente femminile, qui compendiata nel ruolo di Cesira (*alias* Sophia Loren): donne tanto seducenti quanto fiere e a tratti impertinenti, dal seno procace e dagli occhi scuri, destinate a rimanere confinate nel ruolo di *maggiorate*⁸, come quello di Gina Lollobrigida (la Bersagliera) in *Pane, amore e fantasia* (1953).

A livello scenico, De Sica tuttavia resta fedele ai vecchi impianti neorealisti, scegliendo anche in questo caso di girare in ambienti reali, onde restituire sullo schermo immagini di una terra svuotata dalla presenza umana, menomata dalla guerra e dall'abbandono. Ne sono esempio le inquadrature che riprendono le *macere* stanziati sui monti Ausoni o le case bombardate di Fondi e di Vallecorsa, o, ancora, quelle della chiesa di San Francesco d'Assisi, a Fondi, luogo in cui è stata girata la famosa scena dello stupro.

⁸ L'espressione di «maggiorata fisica» è stata introdotta per la prima volta all'interno del film *Altri tempi – Zibaldone n. 1* di Alessandro Blasetti (1952), e a pronunciarla è stato lo stesso personaggio di De Sica nei confronti della coprotagonista Gina Lollobrigida. In seguito con tale termine si è finito poi per indicare tutte quelle attrici che, tra gli anni Cinquanta e Sessanta, si sono imposte sullo schermo per la loro prorompente fisica.

La Ciociaria dei film di De Santis, invece, è sì una terra pastorale e primitiva, ma è anche e soprattutto una terra ancestrale, dominata da riti e pratiche religiose. Il regista fondano concepiva infatti il cinema come uno strumento con cui indagare, a tratti come un vero e proprio antropologo, le condizioni delle classi subalterne negli anni dell'immediato dopoguerra e, con esse, anche quell'«[...] oscuro groviglio di superstizioni e di fanatismi religiosi» (Parisi, 1983, p. 64).

In *Non c'è pace tra gli ulivi* in particolare, a fare da contraltare al dramma vissuto da un pastore che, al ritorno nel proprio paese dopo anni vissuti al fronte, scopre di essere stato derubato del suo gregge, è propriamente un elemento della tradizione popolare religiosa: il pellegrinaggio al santuario della Madonna della Civita, inserito non già come semplice supporto scenografico ma come un mero catalizzatore dell'azione, «[...] un intervento provvidenziale che concorre a salvare il pastore protagonista dalla cattura dei rappresentanti di una legge forestiera» (ivi, p. 102). In *Giorni d'amore* (1954), invece, poiché l'impostazione data al film è quella di una fiaba la cui protagonista è una ragazza contadina che sogna delle nozze eleganti e lussuose come quelle illustrate in molti fotoromanzi diffusi all'epoca, l'elemento religioso in questione è lo stesso rito matrimoniale, che la tradizione popolare concepiva al contrario come una festa paesana, con banchetti e canti in piazza.

Nell'affrontare tali aspetti folcloristici, De Santis si appropria anche di altri elementi legati al mondo contadino, rivelatori dei comportamenti e della mentalità dei suoi personaggi. Uno di questi è il canto, il linguaggio per eccellenza, secondo Gramsci, delle classi subalterne, che nei suoi film diventa appunto espressione della ritualità collettiva contadina; un altro è la danza, da lui percepita come un «[...] rito erotico con cui sciogliere dei nodi narrativi altrimenti inestricabili» (ivi, p. 106), come quando, in *Non c'è pace tra gli ulivi*, per consentire al proprio ragazzo braccato dai carabinieri di scappare, Lucia Bosè improvvisa un *saltarello*.

Nonostante entrambi i film siano poi stati accusati di 'astrattismo' e di 'dannunzianesimo' per il modo in cui gli attori posano di fronte alla macchina da presa, essi restano tuttavia fedeli alla realtà del mondo e della cultura contadina di allora, non lasciandosi travisare da altre letture più superficiali già in voga al tempo. Tale pertinenza alla realtà è ravvisabile anche a livello scenico, a cominciare dall'uso dei campi totali volti a catturare ogni elemento del paesaggio, quali le montagne, le aree coltivate e i piccoli borghi. Ma è nell'attenzione rivolta agli elementi più minuziosi del paesaggio stesso che De Santis riesce a restituire ai propri racconti un alto livello di autenticità:

[...] dai costumi: le pelli di pecora, i tabarri, i cappelloni, le ciocie, le vesti nere delle donne; agli attrezzi da lavoro, agli utensili, ai carri, al bestiame, alle biciclette; fino ai momenti del lavoro stesso: la pastura, la semina, il raccolto, la mungitura, i lavatoi (ivi, p. 89).

Nel complesso, nelle opere qui esaminate, è possibile riconoscere nella Ciociaria più di un semplice sfondo oggettivo e neutro, quanto piuttosto uno spazio che funge da concreto agente del racconto, svolgendo, a seconda dei casi, una ‘funzione attanziale’ di attante oppure di opponente (Rondolino, Tomasi, 2018). Tuttavia, tale ambiente non viene impiegato dai registi per connotare uno stato d’animo, bensì per descrivere una realtà sociale e storica ben precisa, cercando di restituire sullo schermo una rappresentazione del territorio il più possibile fedele alla realtà. Operazione che, richiamando la genealogia della significazione di Baudrillard (1980), può essere intesa come il tentativo di produrre una ‘contraffazione’ o ‘simulacro di primo ordine’, volta a reinterpretare la realtà in chiave mimetico-naturalistica.

3. *La Ciociaria impressionista di Nino Manfredi*

Fra il cinema impegnato di De Santis e di De Sica, si collocano le varie prove attoriali di uno dei figli più amati di questa terra, Nino (all’anagrafe Saturnino) Manfredi, originario di Castro dei Volsci; «[...] l’unico tra tutti gli attori che hanno interpretato personaggi ciociari autenticamente popolare» (Vitti, 2002, p. 295). Dopo il successo televisivo avvenuto nel 1958, vestendo i panni del controverso barista di Ceccano, altri vesti ciociare sono state quelle per i film *Straziarmi ma di baci saziarmi* di Dino Risi (1968) e *Questa volta parliamo di uomini* (1965) di Lina Wertmüller nei quali incarna personaggi poveri e, a tratti fannulloni, seppur riletti da entrambi i registi in chiave ironica con l’obiettivo di muovere una critica al processo di modernizzazione che dagli anni Sessanta aveva interessato il Paese.

Tuttavia, è con *Per grazia ricevuta* (1971) – film da lui scritto, diretto e interpretato, e con il quale vinse il premio per la miglior opera prima al Festival di Cannes – che Manfredi si catapulta nel mondo della subcultura popolare, offrendo una lettura della sua terra priva di quel bozzettismo che già vent’anni prima aveva tanto inorridito De Santis. Forse, in parte, anche per espiare la colpa di aver contribuito lui stesso, specie in televisione, alla diffusione del prototipo dell’uomo ciociaro ‘bifolco con le ciocie’, rozzo ma furbo.

Il film vuole essere una riflessione sul rapporto tra mondo profano e mondo religioso, tra sesso e superstizioni, libertà dell’individuo e condizionamenti socioculturali. Il tutto sullo sfondo di un paese isolato e rurale della Ciociaria (all’epoca ancora Terra di Lavoro), nel quale lo stesso Manfredi è cresciuto. Come da lui dichiarato, forte è, infatti, il richiamo autobiografico alla propria infanzia:

Sono nato in un paese della Ciociaria che si chiama Castro dei Volsci, in località Valle Fratta [...]. Quando ero bambino, i miei compaesani erano ancora a livello di civiltà rurale non

superiore a quella dei nostri progenitori. [...]. Se un bambino mostrava certe curiosità veniva preso a bacchettare sulle dita perché gli argomenti sessuali erano un tabù. Ho affrontato questi temi in *Per grazia ricevuta*, anche perché ho covato per anni dei sentimenti che somigliavano alla ribellione e ho sentito il bisogno di esprimerli (Manfredi, 1993, p. 9).

Nel film si narra la vita di Benedetto, dall'infanzia all'età adulta, e del suo rapporto, a tratti tormentato a tratti mistico, con la religione. Ritenuto dall'intero paese un 'miracolato' per essere sopravvissuto, da giovanissimo, alla caduta da un dirupo, Benedetto viene presto affidato alle cure di un convento di frati, in attesa dell'arrivo della 'chiamata divina' che suggelli definitivamente la sua vocazione. Tale chiamata però non arriverà mai, al contrario delle varie tentazioni mondane che lo inducono al 'peccato', lasciandolo così in una perenne condizione di lotta con le proprie passioni.

In apparenza leggero e di evasione, *Per grazia ricevuta* è in realtà un lucido quanto sagace ritratto del contesto rurale e provinciale in cui l'autore ha trascorso i primi anni della sua vita, tutto votato al rispetto di una religione ridotta ai limiti della superstizione, che richiama quello di tante altre realtà dell'Italia meridionale. Sebbene, infatti, il film sia un chiaro riferimento alla sua terra natale, questa non viene mai esplicitata nel corso della narrazione, ma solo facendo ricorso agli iconemi⁹ più riconoscibili del territorio stesso, come nella scena in cui Benedetto e i suoi compagni si nascondono tra le fratte di un campo di granoturco per spiare delle donne intente al raccolto, mentre queste intonano un tipico canto ciociaro. Non mancano poi dei rimandi espliciti all'insieme di segni e simboli all'epoca già collaudati. Ne sono esempio l'abbondante uso di espressioni dialettali con cui si esprimono i vari rappresentanti di questo mondo rurale sin dalle prime scene del film; oppure, da un punto di vista narrativo, il ricorso a temi ricorrenti, quali: la legittimazione del sesso nell'esclusivo ambito di un soffocante familismo, fuori del quale c'è solo disonore e peccato; e l'osservazione di una religione ai limiti del feticcio, tra santini e statue, come quella, gigantesca, di Sant'Eusebio.

Siamo pertanto di fronte a «[...] una geografia che è *visibilmente finzionalmente reale*» (Tanca, 2020, p. 184), interamente modellata sul carattere del suo protagonista. Sepur non riducendosi a una totale deformazione o stilizzazione della realtà, Manfredi costruisce, infatti, per il suo film un 'ambiente impressionista' (Rondolino, Tomasi, 2018), adattandolo allo stato d'animo del suo personaggio e nel quale è ben visibile il ricorso da parte del regista a un universo culturale e linguisticamente conosciuto, fatto di opinioni, credenze popolari, rappresentazioni televisive e letterarie. Per questo motivo, *Per grazia*

⁹ Per Turri (1998) gli iconemi sono le unità elementari della percezione; immagini che rappresentano gli elementi più caratteristici di uno spazio organizzato.

ricevuta può ritenersi un valido esempio di quello che Baudrillard indica come «tipo» o «simulacro di II ordine», in quanto in esso sono altamente riconoscibili quelle forme stilizzate e standardizzate della Ciociaria volte a denotare un'immediata connessione con il suo referente reale ed esterno, pur mantenendo però una certa autonomia da queste stesse rappresentazioni.

Conclusioni

Nel corso di cinquant'anni, a furia di essere rappresentata ed accostata al genere della commedia bucolica, la Ciociaria è divenuta una vera e propria forma dell'immaginario, un artificio che finge di essere reale ma che altro non è che un modello della realtà, appunto la 'rappresentazione di una rappresentazione', per certi aspetti anche fortemente stereotipata.

A ciò, in particolare, hanno concorso due fattori: in primo luogo l'assenza di altre proposte cinematografiche¹⁰ con cui raccontare il processo di modernizzazione che questa terra ha conosciuto a partire dagli anni Sessanta; in secondo luogo, l'estensione dell'immagine bucolica e stereotipata di questo luogo in altre produzioni artistiche, differenti dalla cinematografia, tra cui la fiction televisiva. È il caso della celebre sit-com statunitense *La tata*, trasmessa in tutto il mondo dal 1993 al 1999, il cui personaggio principale, nella versione italiana, è quello di Francesca Cacace, trentenne americana di origine ciociare, che diventa la tata di una ricca famiglia di Manhattan. Il personaggio ricalca il prototipo della donna ciociara avvenente, chiacchierona, poco acculturata e dall'abbigliamento stravagante, che ambisce a maritarsi e a vivere una vita semplice, esattamente come in molte commedie rosa degli anni Cinquanta. Tale esempio denota chiaramente come la Ciociaria sia divenuta oramai «[...] una forma dell'immaginario pop, un luogo comune di una geografia intermediale e iperreale, dotato di vita propria e quindi totalmente sganciato da ogni obbligo di referenzialità» (Tanca, 2020, p. 190).

Così la Ciociaria, che nella grande stagione neorealista era un mero oggetto fisico dotato al più di certe proprietà percettive, nell'arco temporale di cinquant'anni si è tramutata in un *simulacrascape* riconosciuto oramai anche da chi in questo territorio del basso Lazio non vi ha mai messo piede. Un immaginario che però è mal tollerato e accettato dai suoi abitanti che reclamano al contrario uno *storytelling* meno stereotipato e più attinente ai tempi attuali, come dimostrano le indignazioni che si sono sollevate contro un noto

¹⁰ Di fatto ad eccezione di *Splendor* (1988) di Ettore Scola – film volto all'esamina in chiave meta-cinematografica del rapporto tra cinema e passato fascista – gli altri lungometraggi girati a cavallo tra gli anni Settanta e i primi anni Duemila sono poco significativi ai fini della presente analisi, in quanto in essi la Ciociaria emerge come uno sfondo interscambiabile, poco rilevante dal punto di vista narrativo.

spot della Tim girato nel 2006 per la battuta pronunciata da Christian De Sica a danno di una Sophia Loren, ancora nelle vesti di una ciociara, qui monaca però: «Che ne capisce lei dello stile americano? È una ciociara».

Posto che «[...] ciò che muove il turista e ne orienta le decisioni di viaggio non è l'attrattività in sé dei luoghi ma l'immagine che di essi il turista si è costruito» (Pollice, 2012, p. 13), se tali immagini sono distorte o, comunque, in contrasto con l'identità del territorio, il rischio che si incorre è di compromettere alla base il processo di 'valorizzazione cinematografica del territorio', producendo di fatto una dissonanza tra le suggestioni cinematografiche e l'offerta turistica locale.

A fronte di ciò, come può dunque il cinema contribuire ad accrescere e a qualificare l'attrattività turistica locale? Un aiuto in tal senso potrebbe essere fornito dalle Film Commission¹¹, la cui missione è di «[...] creare legami di intesa e di collaborazione tra le produzioni e le comunità locali preoccupandosi anche, in ottica sostenibile, che il set cinematografico non intacchi gli equilibri interni della località» (Nicosia, 2012, p. 100). Nel territorio ciociaro, ad eccezione della Lazio Film Commission – più tesa a favorire altre aree territoriali della Regione piuttosto che quella ciociara, come testimonia la pochezza delle pellicole che sono state realizzate dai primi anni Duemila ad oggi¹² – si registra una significativa assenza di questa realtà, al pari di altre attività legate al fenomeno cineturistico come i percorsi in quelli che un tempo furono le *location* di film di successo o nelle città che hanno dato i natali ad illustri figure del nostro cinema¹³.

Un intervento come quello delle Film Commission consentirebbe di fatto al territorio di vedere migliorata e qualificata la propria immagine di mercato, non soltanto attraverso l'individuazione e il supporto di produzioni cinematografiche *in loco*, con cui attrarre turisti nei luoghi dei set cinematografici, ma anche mediante lo sviluppo di ulteriori eventi specifici come cicli di conferenze, Movie Festival e Photo Contest – solo per citarne alcuni. In questo modo le Film Commission fungerebbero da volano per lo sviluppo turistico del territorio richiamando visitatori in un'area attualmente dedita solo al turismo religioso e nota ai più per il suo passato bucolico da *Pane, amore e gelosia*¹⁴.

¹¹ Si tratta di organizzazioni sostenute da Enti Pubblici (Stato, Regione, Provincia o Comune) volte ad attrarre produzioni cinematografiche nel proprio territorio, fornendo loro aiuto e assistenza (Nicosia, 2012).

¹² Soltanto due film sono stati girati, e nemmeno interamente, in Ciociaria negli ultimi vent'anni: *La fiamma sul ghiaccio* (2005) di Marino e *Mia cara befana.it* (2009) di Gasparini. Film che hanno anche avuto poco successo al botteghino.

¹³ Nonostante la ricorrenza del centenario dalla nascita di Nino Manfredi, che ricorre proprio quest'anno, nessuna iniziativa è stata proposta da parte delle varie agenzie turistiche locali per omaggiare tale personaggio. Assenza non del tutto giustificata, a giudizio di chi scrive, dall'attuale pandemia da Covid-19 che proprio in questi mesi estivi sta vivendo una generale fase di aperture e di ripresa.

¹⁴ Riferimento al secondo film di Comencini appartenente al filone della commedia rosa, risalente al 1954, ancora con Vittorio De Sica e Gina Lollobrigida nei ruoli di protagonisti.

Bibliografia

- Altobelli D., *Jean Baudrillard. Il male, l'utopia, il simulacro*, Milano, Mimesis, 2020.
- Baudrillard J., *Simulacri e impostura. Bestie, Beaubourg, apparenze e altri oggetti*, Bologna, Cappelli, 1980.
- Bernardi S., *Il paesaggio nel cinema italiano*, Venezia, Marsilio, 2002.
- Brunetta G.P., *Guida alla storia del cinema italiano. 1905-2003*, Torino, Piccola Biblioteca Einaudi, 2003.
- De Santis G., «Lettera a Adriano Baracco», in *Cinema* del 15 novembre 1950, n. 50.
- Dematteis G., «Per una geografia della territorialità attiva e dei valori territoriali», in Bonora P. (ed.), *SLoT quaderno 1. Appunti, discussioni, bibliografie in preparazione del seminario del 25 giugno 2001*, Bologna, Baskerville, 2001, pp. 11-30.
- Doležel L., *Heterocosmica: fiction e mondi possibili*, Milano, Bompiani, 1999.
- Frémont A., *La région, espace vécu*, Paris, Flammarion, 1976.
- Lando F. (ed.), *Fatto e finzione. Geografia e letteratura*, Milano, Etas, 1993.
- Leonzi S., *Lo spazio dell'immaginario. I miti, le storie, i media*, Latina, Tunué, 2009.
- Manfredi, N., *Nudo d'attore*, Milano, Mondadori, 1993.
- Nicosia E., «Acqua, terra e fuoco. Viaggio nella terra del mito», in Dell'Agnese E., Rondinone A., *Cinema, ambiente, territorio*, Milano, Unicopli, 2011, pp. 157-172.
- Nicosia E., *Cineturismo e territorio: un percorso attraverso i luoghi cinematografici*, Bologna, Patron Editore, 2012.
- Parisi A., *Il cinema di De Santis: tra passione e ideologia*, Roma, Cadmo Editore, 1983.
- Pollice F., «Il cinema nella costruzione dello spazio turistico», in Nicosia E., *Cineturismo e territorio: un percorso attraverso i luoghi cinematografici*, Bologna, Patron Editore, 2012, pp. 11-16.
- Raffestin C., «Punti di riferimento per una teoria della territorialità umana», in Copeta C. (ed.), *Esistere ed abitare. Prospettive umanistiche nella geografia francofona*, Milano, FrancoAngeli, 1986, pp. 75-89.
- Raffestin C., «Territorialità, territorio e paesaggio», in Arbore C., Maggioli M. (eds.), *Territorialità: concetti, narrazioni, pratiche. Saggi per Angelo Turco*, Milano, FrancoAngeli, 2017, pp. 31-39.
- Rondolino G., Tomasi, D., *Manuale del film: linguaggio, racconto, analisi*, Torino, Utet, 2018.
- Tanca M., *Geografia e fiction: opera, film, canzone e fumetto*, Milano, FrancoAngeli, 2020.
- Turco A., *Verso una teoria geografica della complessità*, Milano, Unicopli, 1988.
- Turco A., *Configurazioni della territorialità*, Milano, FrancoAngeli, 2010.
- Turri E., *Il paesaggio come teatro. Dal territorio vissuto al territorio rappresentato*, Venezia, Marsilio, 1998.
- Vitti A., «La Ciociaria nel cinema», in Zangrilli A. (ed.), *La Ciociaria tra letteratura e cinema*, Pesaro, Metauro Edizioni, 2002, pp. 291-304.

Zangrilli F. (ed.), *La Ciociaria tra letteratura e cinema*, Pesaro, Metauro Edizioni, 2002.

Sitografia

<https://quinlan.it/2019/09/08/per-grazia-ricevuta/>

<https://www.ciociariaturismo.it/it/>

Valorizzazione territoriale e paradigma slow. Binomio vincente dello “Spatial e Cultural (Re)Turn” nelle industrie culturali creative del Cammino di Santiago

Lucrezia Lopez

1. Introduzione

Negli ultimi tempi, la lentezza è diventata una priorità per la gestione territoriale, poiché la sua riscoperta è una modalità di conoscenza dei territori e delle loro ricchezze; grazie alla stessa, è possibile progettare la valorizzazione territoriale attraverso politiche e azioni rispettose dell’eredità culturale e paesaggistica (Pileri, 2020). Fra le differenti pratiche lente, c’è quella del camminare, considerata anche un esercizio che permette di accedere a un paesaggio introspettivo ed esperienziale, a un *walkscape* per definirlo con le parole di Careri (2006). Oggigiorno, camminare lungo un itinerario di pellegrinaggio storico, religioso e culturale è un’attività a scala mondiale. Inoltre, ritmi lenti e camminata rinforzano la concettualizzazione di un pellegrinaggio post-secolare, fatto di nuovi approcci e motivazioni, caratterizzato da nuove pratiche e produttore di spazi sacri e secolari che si trasformano secondo i tempi (Lois Gonzàles, Santos, 2015; Nilsson, Tesfahuney, 2016). Ad esempio, lungo il Cammino di Santiago, lo scorrere del tempo è scandito dalla luce del sole che condiziona il percorso del pellegrino, anche determinato da motivazioni, aspettative e voglia di conoscere. L’esperienza del pellegrinaggio inizia con la decisione di mettersi in cammino, momento in cui il pellegrino s’informa ‘aprendo’ una finestra sul microuniverso dell’itinerario (Lois Gonzàles, Lopez, 2012). Tale polisemia territoriale è un fattore chiave per l’economia creativa, perché lo sguardo attento verso spazi ricchi di cultura, com’è il caso del Cammino di Santiago, presenta molte potenzialità per produzioni di successo.

Partendo da tali premesse, s’ipotizza un crescente interesse verso lo spazio del Cammino nelle produzioni culturali dovuto alla sua unicità e identità. L’obiettivo della presente ricerca è riflettere sui discorsi delle produzioni culturali in linea con la valorizzazione territoriale,

una relazione che s'instaura e si mantiene attraverso la 'lentezza'. Il Cammino di Santiago è il più importante itinerario di pellegrinaggio a livello mondiale, e seppur si parli al singolare di Cammino, esistono vari itinerari che permettono di giungere sino alla meta finale.

Il presente lavoro si divide in varie sezioni. Nella prima parte, s'introducono brevi premesse riguardanti le industrie culturali e creative; delle stesse, si prenderanno in considerazione le produzioni letterarie e cinematografiche. Esse sono oggi molto interessate allo spazio polisemico del Cammino, riscoperto e reso visibile a livello internazionale proprio dalla lentezza che il ritmo del pellegrinaggio (religioso, spirituale o secolare) impone. Si procede analizzando e interpretando le produzioni culturali e creative giacobee mediante una proposta di lettura trasversale degli elementi identitari dell'itinerario giacobeo. Si definiscono categorie interpretative che ispirano le narrazioni letterarie e cinematografiche, le quali da un lato si 'servono della ricchezza territoriale', e dall'altro contribuiscono alla valorizzazione dalla sua storia, memoria e identità.

2. Le industrie creative e culturali: premesse

Dalla fine degli anni Ottanta, l'UNESCO ha diffuso il concetto d'industrie culturali per riferirsi a forme di produzione e consumo culturale; dagli anni Novanta in poi, l'espressione ha incluso a una vasta gamma di beni e servizi prodotti nell'ambito delle industrie culturali e dell'innovazione (Boccella, Salerno, 2016). Inoltre, l'espressione economia creativa si è consolidata anche come settore economico per le politiche territoriali e di sviluppo e fa riferimento alle attività legate alla conoscenza e alla creatività mediante le quali è possibile raggiungere valori innovativi (Liefoghe, 2010 e 2015; Shuqin, 2012). Quest'uso combinato di conoscenza e creatività è il motore di un'economia immateriale che, in termini d'innovazione, introduce una dimensione estetica e semiotica e alimenta il desiderio di consumare cultura (Liefoghe, 2015).

Le industrie culturali e creative possono guidare la crescita economica in accordo con la domanda globale (Boccella, Salerno, 2016). Secondo il rapporto delle Nazioni Unite (2008), è necessario evidenziare la differenza tra il settore culturale e il settore creativo. Il primo è strutturato in un settore non industriale (produttore di beni e servizi da consumare *in situ*) e in un settore industriale (le industrie culturali producono beni e servizi culturali per la loro riproduzione). Per il settore creativo, le attività culturali sono una forma intermedia di consumo nella produzione di beni culturali. In questo modo, il concetto si riferisce non solo al dominio della cultura in senso stretto, ma anche ai beni e servizi culturali come nucleo di un nuovo, potente e vasto settore che può essere ampiamente riferito alle aree culturali (Boccella, Salerno, 2016). Dal punto di vista geografico, l'at-

tenzione è rivolta al modo in cui l'economia creativa e culturale favorisce l'integrazione sociale e territoriale e lo sviluppo economico e territoriale. Secondo gli studi culturali, cinema, pubblicità, Internet, musica, letteratura, stampa, televisione, radio e videogiochi sono il cuore delle industrie creative (Liefoghe, 2015; Throsby, 2008).

Per la presente ricerca, si prenderanno in considerazione due tipologie d'industrie creative: la letteratura e il cinema. Entrambi sono spazi artistici che presentano storie e svolgono un ruolo importante nella produzione di risposte estetiche moderne. Inoltre, facilitano il processo di comprensione geografica e riscrittura dello spazio, la diffusione delle culture e riproducono un viaggio emotivo (Desbois, Gervais-Lambony, Musset, 2016). Per quanto riguarda la letteratura, da fonte documentaria geografica con differenti contenuti personali e paesaggistici (Brosseau, 1994), ha riscoperto la sua funzione sociale e creativa, ricca di norme di organizzazione spaziale e interazione sociale (Hones, 2008; Rossetto, 2014). Anche le produzioni audiovisive sono fonti d'informazione culturale e sociale attraverso le quali è possibile dare un'anima ai luoghi che hanno l'opportunità di farsi conoscere (Gámir, Manuel, 2007). Tali creazioni mettono in risalto alcuni aspetti della realtà geografica che il discorso accademico tradizionale ignora, approfondendo in questo modo il valore di spazi unici (Vergara, Ovando, 2014). Altrettanto rilevante è la funzione economica e turistica delle produzioni cinematografiche e letterarie, giacché entrambe contribuiscono allo sviluppo del territorio, determinando le decisioni di viaggio, la costruzione dell'immagine della destinazione e la progettazione di circuiti turistici (Iwashita, 2006; Jeri, 2000; Pillet, 2017; Riley, Baker, Van Doren, 1998; Tooke, Baker, 1996).

3. Il Cammino di Santiago: Patrimonio dell'Umanità e Primo Itinerario Culturale Europeo

L'origine del Cammino di Santiago risale al IX secolo in seguito al ritrovamento (*inventio*) delle reliquie del corpo dell'Apostolo San Giacomo, cui riconoscimento ufficiale giunse nel XII secolo. Secondo i racconti, San Giacomo, discepolo di Gesù Cristo, aveva predicato nelle terre occidentali, situate alla fine del mondo, per cui alla sua morte i suoi discepoli portarono le sue reliquie da Gerusalemme sino in Galizia, nella penisola iberica nord-occidentale (*traslatio*). I Cammini di Santiago sono stati percorsi da migliaia di pellegrini (e mercanti) da tutta Europa per giungere a Santiago de Compostela, una piccola città nel nord della Spagna. Per questo motivo, il Cammino ha svolto un ruolo importante nella costruzione della cultura dell'Europa occidentale durante il Medioevo; come affermò Goethe: «L'Europa si è costruita attraverso il Cammino di Santiago de Compostela».

Senza entrare nello specifico relativo agli alti e bassi durante il medioevo e l'età moderna, dalla seconda metà del XIX secolo compaiono i primi segnali di ripresa del pellegrinaggio. Due fatti importanti hanno contribuito alla riaffermazione di questa città come luogo sacro: lo spirito controriformista di Trento e la (ri)scoperta nel 1879, delle spoglie dell'Apostolo, scomparse fin dal XVI secolo (Lois Gonzàles, Lopez, 2012). La Chiesa cattolica ne confermò l'autenticità, definendo l'evento: «la seconda *inventio*». L'aumento del numero di pellegrini e la crescente importanza di Santiago nel panorama religioso del XX secolo hanno determinato l'interesse politico, economico e religioso nei confronti dell'itinerario. In seguito al riconoscimento del centro storico di Santiago come Patrimonio dell'Umanità dall'UNESCO nel 1985 e la dichiarazione del Cammino francese come Primo Itinerario Culturale Europeo nel 1987, si è messo in moto un processo d'internazionalizzazione che continua sino a oggi.

L'Anno Santo 1993¹ è considerato lo spartiacque nella storia del Cammino e del turismo galiziano, difatti da questo momento il Cammino diventa il «prodotto stella» del turismo galiziano (Santos, 1999). L'itinerario custodisce differenti aspetti identitari e presenta una pluralità di risorse (architettoniche, naturali e culturali) che permettono una specie di 'autogestione' dell'esperienza del pellegrinaggio, assumendo non pochi aspetti comuni con il turismo. È un itinerario internazionale, caratterizzato dalla diversificazione delle origini nazionali dei pellegrini, difatti i pellegrini stranieri (almeno sino al 2020, prima della pandemia) erano i più numerosi lungo il Cammino (Lopez, Lois Gonzàles, 2020). L'internazionalizzazione è accompagnata dalla diversificazione delle motivazioni, poiché il Cammino non è più solo una scelta religiosa, per cui la sua apertura verso nuovi profili comporta anche la comparsa di nuovi mercati (Lopez, Lois Gonzàles, Castro, Fernández, 2017). Il risultato è un pellegrinaggio multireligioso e secolare.

4. *Spatial e Cultural (Re)Turn* nelle produzioni creative e culturali giacobee

La geografia ha riattivato un dialogo fra fonti geografiche e produzioni culturali, riscoprendo le potenzialità derivanti da tali interazioni (Alexander, 2015; Saunders, 2010). In questo modo, lo spazio, nella sua poliedricità, non è solo studiato ma anche valorizzato nella misura in cui diventa 'protagonista' sia delle produzioni audiovisuali sia di quelle letterarie, per le quali la spazialità è diventata una nuova lingua che racconta di saperi geografici e umani (Hones, 2008; Rossetto, 2014; Tally, 2013).

¹ L'Anno Santo Giacobeeo (*Xacobeo*) è un anno giubilare, dichiarato tale quanto il 25 Luglio, giorno della festività di San Giacomo, ricade di domenica.

4.1. Lo *Spatial e Cultural (Re)Turn* nelle produzioni letterarie giacobee

Per molto tempo, e ancora ora, la letteratura di viaggio (anche detta letteratura odeporica) è stata considerata tecnica e fonte di promozione di un luogo. Viaggi e pellegrinaggi hanno occupato molte pagine della letteratura, adattandosi ai cambiamenti dell'esperienza umana (Coleman, Elsner, 2003). Attualmente, la letteratura di viaggio affronta temi legati alla soggettività e produce rappresentazioni territoriali, trasformandosi in uno spazio di esplorazione e condivisione delle esperienze che nutrono un senso del luogo e introducono dinamiche di viaggio (Brosseau, 1994; McWha, Frost, Laing, 2018). In questo modo, la letteratura odeporica giacobea contemporanea scompone e ricomponde le peculiarità della città di Santiago e del Cammino, facendo del pellegrinaggio un leitmotiv di successo per l'industria culturale letteraria contemporanea (Lopez, 2019). Oltre ai diari di viaggio, anche romanzi e fumetti stanno ridefinendo lo spazio giacobeo attraverso narrazioni con un diverso livello di realismo. Uno degli esempi di questo rinnovamento letterario è l'uso degli elementi patrimoniali del Cammino come riferimenti extra-testuali che servono per valorizzare il territorio dell'itinerario storico-culturale. Basti ricordare che, secondo Choay (2007), la specificità del monumento risiede nella sua capacità di suscitare, con emozione, un ricordo vivo. È proprio ciò che accade negli spazi letterari giacobei, creati spontaneamente dai pellegrini: i numerosi monumenti che caratterizzano il percorso (chiese, monasteri, ponti, ecc.) evocano una visione del mondo (*imago mundi*) che diventa strumento per diffondere una concezione, un'idea o un insegnamento.

4.2. Lo *Spatial e Cultural (Re)Turn* nelle produzioni cinematografiche giacobee

Il cinema è un'esperienza geografica che suppone uno spostamento tra spazio reale e spazio fittizio (Staszak, 2014). Nel caso dei percorsi culturali, lo spettatore si avvicina anche a esperienze e sentimenti, che producono uno spazio intimo e personale (dell'attore e dello spettatore). Le produzioni riguardanti gli itinerari culturali presentano un valore aggiunto, perché sovrappongono diversi livelli di viaggio. Se secondo Daney (1992), il film è una promessa di viaggio, le riprese lungo un itinerario culturale, con le sue differenze territoriali, avvicinano a questo 'cosmopolitismo cinematografico', per chiamarlo in qualche modo. Le produzioni cinematografiche sui pellegrinaggi stanno generando un discorso promozionale che potrebbe lentamente trasformarsi in un vero e proprio genere (Lopez, Nicosia, Lois, 2018). Le stesse partecipano alla costruzione di una realtà turistica sostenibile, promuovendo la tutela patrimoniale e valorizzando scenari e paesaggi da un punto di vista estetico (Lopez, Santomil, Mosquera, Lois González, 2015; Nicosia, 2015). Di conseguenza, pratiche e regole spaziali si diffondono a livello internazionale. Le produzioni audiovisuali sul Cammino rappresentano lo spa-

zio, creano sensazioni e contribuiscono alla valorizzazione del territorio. Poiché immagini in movimento, amplificano queste proprietà sensoriali e consentono di rivivere esperienze che rafforzano il senso del luogo. Ciò si realizza attraverso segni e simboli che danno significato a situazioni ed emozioni, poiché gli spazi degli itinerari culturali di oggi, religiosi in passato, sono simbolici e simbolizzati.

5. Valorizzazione territoriale e paradigma slow: una lettura comparata

Gli itinerari culturali sono rilevanti per lo sviluppo territoriale; attraverso la cooperazione fra turismo e cultura sono oggi esperienze interculturali (e interterritoriali) che arricchiscono il viaggio e insegnano a rispettare il patrimonio culturale riscoprendo paesaggi diversi (Cerutti, Dioli, 2013; Trono, 2012). Il Cammino riunisce tali qualità, e proprio grazie a questa ricchezza risveglia l'interesse delle industrie culturali e creative. Si tratta difatti di uno spazio ricco di patrimonio (tangibile e intangibile) che la letteratura e la cinematografia recuperano per mettere in valore singolarità, storia, memoria vivente e identità del percorso storico culturale. Ad esempio, visitare l'offerta culturale delle località lungo l'itinerario di pellegrinaggio rafforza il valore esperienziale del Cammino. Infatti, secondo Castro Fernández (2010), il Cammino è un museo a cielo aperto, quindi i pellegrini sono inevitabilmente riportati indietro nel tempo. In questo esercizio, il ritmo lento ha un ruolo centrale giacché riporta alla scala umana delle cose e permette di riscoprire e valorizzare le relazioni sociali e territoriali (Lois Gonzàles, Lopez, 2012). Il ritmo lento e la riscoperta del passato sono decisivi per comprendere e interagire con l'ambiente, oltre ad educare il pellegrino a essere più attento all'eredità culturale in cui è immerso.

5.1. Fonti e metodologia

Per definire le categorie interpretative che ispirano le narrazioni territoriali giacobee, sono state prese in considerazione tre fonti letterarie e tre cinematografiche provenienti da tre paesi importanti per l'internazionalizzazione del Cammino: Francia, Brasile e Stati Uniti. Inoltre, le stesse sono state selezionate poiché prestano attenzione alle caratteristiche spaziali, mettendo in risalto le relazioni tra pellegrini e ambiente circostante.

Dal punto di vista metodologico, la proposta introduce una prospettiva comparata fra produzioni letterarie e cinematografiche. Le prime sono analizzate secondo un'esplorazione intertestuale, per cui si considera la letteratura come materia d'arte (produzione creativa) e spazio soggettivo in cui gli autori/pellegrini manifestano le proprie percezioni relative al Cammino. Infatti, poiché lo spazio, il luogo e la mappatura negli studi letterari producono un «[...] dibattito multistrato e interdisciplinare» (Tally, 2013, p. 4), i ricercatori devono fissare il loro

interesse scientifico quando si avvicinano alle fonti letterarie. Per questo, la presente lettura tematica è uno dei modi possibili per esplorare le rappresentazioni del Cammino di Santiago.

	The Camino. A Pilgrimage of Courage	Uma viagem em um bloco de notas	The Santiago Pilgrimage
Professione Autore/autrice	Attrice	Donna d'affari	Romanziere e diplomatico
Paese d'origine	Stati Uniti	Brasile	Francia
Stile letterario	Diretto e indiretto, informale, pittoresco e divagatore	Diretto e indiretto, informale, autoironico e pittoresco	Diretto, informale, ironico, autocritico e pittoresco
Cammino	Francese	Francese	Del Nord
Motivo	Spirituale	Avventura ed esperienza del mondo	Rompere con la routine
Punto di partenza	Saint-Jean-Pied-de-Port	Saint-Jean-Pied-de-Port	Hendaya
Distanza percorsa	800	815	850
Anno di pubblicazione	1994	2013	2011

Tabella 1
Selezione di diari di viaggio sul Cammino di Santiago presi in analisi
Fonti Varie. Elaborazione dell'autrice

Nel caso delle fonti cinematografiche, l'analisi si basa sull'elaborazione di un teorema filmico. L'esercizio interpretativo consta di due parti; in primo luogo, s'identifica l'ipotesi interpretativa (in questo caso la valorizzazione territoriale del Cammino), e in secondo luogo si procede con un'analisi visuale, per la quale le immagini cinematografiche sono paragonate a indici qualitativi con valore sociale e culturale (Ferro, 1977).

	Saint Jacques... La Mecque	Onde Está a Felicidade?	Walking the Camino. Six Ways to Santiago
Anno di produzione	2005	2011	2013
Paese di produzione	Francia	Brasile e Spagna	USA
Direttore	Coline Serrau	Carlos Alberto Riccelli	Lydia Smith
Motivi del Pellegrinaggio menzionati	Ottenere eredità; esperienza sociale e personale (ringraziamento personale).	Personale (ricerca di nuova vita); produzione di un reality show	Religioso, spirituale e secolare (nuova esperienza).
Punto di partenza	Le Puy-en Velay	Roncisvalle	Saint-Jean-Pied-de Port

Tabella 2
Selezione di film sul Cammino di Santiago presi in analisi.
Fonti Varie. Elaborazione dell'autrice.

5.2. Risultati

A continuazione, si enumerano le categorie interpretative risultanti della lettura comparata. Mettendo in risalto tali aspetti, le industrie creative e culturali interessate allo spazio del Cammino rinforzano la sua valorizzazione territoriale e alimentano le già numerose rappresentazioni:

1. Il Cammino è ricco di stimoli ed emozioni che si scoprono attraverso i ritmi lenti;
2. Il Cammino permette di (ri)scoprire le relazioni corporali e sensoriali;
3. Il Cammino è vivace e colorato: la sua ricchezza paesaggistica gli conferisce *personalità*, quindi il Cammino (o meglio lo spazio dello stesso) diventa attore protagonista;
4. Il Cammino è uno spazio sociale multiculturale e multireligioso;
5. Il Cammino è un'esperienza che riporta i pellegrini al passato;
6. Il Cammino è un percorso polisemico;
7. Il Cammino è un luogo d'ispirazione e meditazione.

Le seguenti figure corrispondono a due delle categorie interpretative risultanti dalla lettura comparata fra le due tipologie di fonti indicate. Nelle stesse, si mettono in comunicazione citazioni testuali delle fonti letterarie (di traduzione propria) e *moviescapes*, con l'obiettivo di mostrare la comunanza di prospettiva che si utilizza in tali produzioni.



Figura n. 1

Il Cammino è un percorso polisemico

Fonti varie. Elaborazione e traduzione dell'autrice.

La progressiva secolarizzazione dell'itinerario giacobeo ha contribuito al suo uso in termini letterari e cinematografici, ricordando che il Cammino è un pellegrinaggio post-contemporaneo, cui motivazioni e atteggiamenti stanno rinforzando la sua polise-mia, contribuendo a delle trasformazioni lungo il Cammino (Lois, Santos, 2015; Lopez, Lois Gonzàles, Castro, Fernàndez, 2017) (Fig. 1).



Figura n. 2
Il Cammino è un'esperienza che riporta i pellegrini al passato.
Fonti Varie. Elaborazione e traduzione dell'autrice.

Le rappresentazioni culturali del Cammino si concentrano in primo luogo sui paesaggi che i pellegrini vedono, apprezzano e contemplan; risulta da una 'stratificazione' di valori e credenze, significati e valori, in quanto anche il paesaggio è un patrimonio che testimonia i valori del passato (Collignon, 1999, p. 108).

6. Conclusioni

La longevità del Cammino è una delle qualità documentarie delle sue rappresentazioni con una lunga tradizione. Ha avuto inizio secoli fa ma oggi la sua immagine diversificata non è più legata solo a un'essenza religiosa e medievale, bensì si sta rinnovando. Per quanto riguarda le produzioni letterarie, le descrizioni informano sulle caratteristiche del Cammino e introducono nuove informazioni, alimentando le interazioni realtà e creatività. Scrivere diari di viaggio è un nuovo rito del Cammino attraverso il quale i pellegrini condividono il 'bagaglio dei loro ricordi'. Può avvenire durante o dopo il pellegrinaggio,

una volta tornati a casa. Anche le produzioni cinematografiche contribuiscono a rinegoziare lo spazio del Cammino mediante immagini in movimento con messaggi culturali che permettono di entrare in contatto con un'altra percezione del mondo. Le immagini cinematografiche creano discorsi potenti e di successo e producono molteplici forme di riscrittura e narrazione dello stesso spazio, per cui sono di interesse sociale e accademico.

Per quanto riguarda il caso specifico delle produzioni legate agli itinerari culturali, il loro profilo storico è senza dubbio rilevante, oltre al fatto che le rappresentazioni anticipano l'esperienza del pellegrinaggio, proiettando (e anticipando) paesaggi. In conclusione, la spazialità del Cammino diventa protagonista e partecipa allo *Spatial and Cultural Re-Turn*, di conseguenza le ricerche contemporanee sulle sue geografie narrative dovrebbero tener conto di spazi creativi come la letteratura e il cinema per approfondire i fattori partecipanti alla valorizzazione del territorio.

Bibliografia

- Alexander N., «On Literary Geography», in *Literary Geographies*, n. 1, 2015, pp. 3-6.
- Boccella N., Salerno I., «Creative Economy, Cultural Industries and Local Development», in *Procedia. Social and Behavioral Sciences*, n. 223, 2016, pp. 291-296.
- Brousseau M., «Geography's literature», in *Progress in Human Geography*, n. 18, 1994, pp. 333-353.
- Careri F., *Walkscapes. Camminare come pratica estetica*, Torino, Einaudi, 2006.
- Cerutti S., Dioli I., «Via Francigena Mountain Itineraries: the Case of Piacenza Valleys», in *International Journal of Tourism and Pilgrimage*, n. 1, 2013, pp. 83-92.
- Choay F., *Alegoria del Patrimonio*, Barcelona, Editorial Gustavo Gil, 1992-2007.
- Coleman S., Elsner J., *Pilgrim Voices. Narrative and Authorship in Christian Pilgrimage*, New York, Berghahan Books, 2003.
- Collignon B., «La geografía cultural en Francia: un estado de la cuestión», in *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, n. 34, 1999, pp. 107-117.
- Daney S., *Itinéraire d'un ciné-fils*, Paris, Editions Montparnasse, 1992.
- Desbois H., Gervais-Lambony P., Musset A., «Géographie: la fiction «au cœur», in *Annales de Géographie*, n. 709-710, 2016, pp. 235-245.
- Fadel Rihan T., *Uma viagem em um bloco de notas*, Porto Alegre, Rihan Bistrot, 2014.
- Ferro M., *Cinéma et histoire*, Paris, Denoel-Gonthier, 1977.
- Gámir Orueta A., e Manuel Valdés C., «Cine y Geografía: Espacio Geográfico, Paisaje y Territorio en las Producciones Cinematográficas», in *Boletín de la A.G.E.*, n. 45, 2007, pp. 157-190.
- Hones S., «Text as It Happens: Literary Geography», in *Geography Compass*, n. 2, 2008, pp. 1301-1317.

Iwashita C., «Media representation of the UK as a destination for Japanese tourists: Popular culture and tourism», in *Tourist Studies*, n. 6, 2006, pp. 59-77.

Jeri J., «Literary geography: Joyce, Woolf and the city», in *City*, n. 4, 2000, pp. 199-214.

Liefooghe C., «Économie créative et développement des territoires: enjeux et perspectives de recherche», in *Innovation*, n. 31, 2010, pp. 181-197.

Liefooghe C., «Introduction général. L'économie créative et ses territoires: nouvel enjeu, premiers bilans», in Liefooghe C. (ed.), *L'économie créative et ses territoires*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2015, pp. 9-24.

Lois González R.C., e Lopez L., «El Camino de Santiago: una aproximación a su carácter polisémico desde la geografía cultural y el turismo», in *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, n. 58, 2012, pp. 459-479.

Lois González R.C., Santos Solla X., «Tourists and pilgrims on their way to Santiago. Motives, Caminos and final destinations», in *Journal of Tourism and Cultural Change*, n. 13, 2015, pp. 149-164.

Lopez L., Nicosia E., Lois Gonzalez R.C., «Sustainable Tourism: A Hidden Theory of the Cinematic Images? A Theoretical and Visual Analysis from The Way of St. James», in *Sustainability*, n. 10, 2018, pp. 1-24.

Lopez L., «A geo-literary analysis through human senses. Towards a Sensuous Camino geography», in *Emotion, Space and Society*, n. 30, 2019, pp. 9-19.

Lopez L., Lois González R.C., «New Tourism Dynamics Along The Way of St. James. From Undertourism and Overtourism to the Post-COVID-19 Era», in Pons G.X., Blanco-Romero A., Navalón García R., Troitiño Torralba L., Blázquez Salom M. (eds.), *Sostenibilidad turística: overtourism vs undertourism. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears*, Palma, Ed. Societat d'Història Natural de les Balears, n. 31, 2020, pp. 541-552.

Lopez L., Lois González, R.C., Castro Fernández B.M., «Spiritual tourism on the way of Saint James the current situation», in *Tourism Management Perspectives*, n. 24, 2017, pp. 225-234.

Lopez L., Santomil Mosquera D., Lois González R.C., «Film-Induced Tourism in the Way of Saint James», in *Almatourism*, n. 4, 2015, pp. 18-34.

MacLaine S., *The Camino. A Pilgrimage of Courage*, London, The International Best-seller, Pocket Books, 2000.

McWha M., Frost W., Laing J., «Travel writers and the nature of self: Essentialism, transformation and (online) construction», in *Annals of Tourism Research*, n. 70, 2018, pp. 14-24.

Nicosia E., «El cine como instrumento de valorización paisajístico. Los lugares de la filmografía de las Marcas», in Ziegler R.F., Marafuschi Phillips M., Corinto G.L., Nicosia E. (eds.), *Estrategias innovativas en la gestión y valorización del paisaje cultural: experiencias italianas y argentinas en comparación*, Buenos Aires, Universidad Nacional de Quilmes, 2015, pp. 131-142.

Nilsson M., Tesfahuney M., «Performing the "post-secular" in Santiago de Compostela», in *Annals of Tourism Research*, n. 57, 2016, pp. 18-30.

Pileri P., *Progettare la lentezza*, Busto Arsizio, People, 2020.

- Pillet Capdepón F., *Geoliteratura. Paisaje literario y turismo*, Madrid, Editorial Síntesis, 2017.
- Riley R., Baker D., Van Doren C.S., «Movie Induced Tourism», in *Annals of Tourism Research*, n. 25, 1998, pp. 919-935.
- Rossetto T., «Theorizing maps with literature», in *Progress in Human Geography*, n. 38, 2014, pp. 513-530.
- Rufin J., *El Camino Inmortal*, Barcelona, Duomo Editorial, 2013.
- Santos X.M., «Mitos y realidades del Xacobeo», in *Boletín A.G.E.*, n. 28, 1999, pp. 103-117.
- Saunders A., «Literary Geography: reforming the Connections», in *Progress in Human Geography*, n. 34, 2010, pp. 436-452.
- Shuqin S., «Cultural and Creative Industries and Art Education», in *Physics Procedia*, n. 33, 2012, pp. 1652-1656.
- Staszak J.F., «Géographie et cinéma: modes d'emploi», in *Annales de Géographie*, n. 695-696, 2014, pp. 599-604.
- Tally R.T. Jr., *Spatiality: The New Critical Idiom*, Abingdon, Routledge, 2013.
- Throsby D., «Modeling the cultural industries», in *International Journal of Cultural Policy*, n. 14, 2008, pp. 217-232.
- Tooke N., Baker M., «Seeing is believing: The effect of film on visitor numbers to screened locations», in *Tourism Management*, n. 17, 1996, pp. 87-94.
- Trono A., «Percorsi religiosi e turismo culturale», in Trono A. (ed.), *Via Francigena. Cammini di Fede e Turismo Culturale*, Galatina, Congedo, 2012, pp. 3-24.
- Vergara Ovando F., «El cine, una herramienta para la comprensión geográfica», in *Revista Geográfica Valpso*, n. 49, 2014, pp. 80-97.

Sitografia

UNCTAD/UNDP, *Creative Economy Report 2008. The Challenge of Assessing the Creative Economy: towards Informed Policy-Making*, United Nations, 2008, <http://unctad.org/en/pages/PublicationArchive.aspx?publicationid=945>

L'editoria italiana e i cammini: un'opportunità per lo sviluppo locale¹

Dino Gavinelli e Giacomo Zanolin

1. Introduzione

Il presente contributo presenta i primi risultati di un percorso di ricerca orientato allo studio del ruolo che l'editoria italiana sta svolgendo nell'ambito di un più ampio processo di diffusione e comunicazione del cosiddetto 'turismo dei cammini'. Si tratta di una pratica turistica in parte nuova, perché il fenomeno affonda le sue radici, da un lato, in una delle più antiche attività proto-turistiche, quella del pellegrinaggio, e dall'altro lato è espressione della modernità. Fin dall'antichità abbiamo infatti testimonianze di questa pratica, ma è soprattutto a partire dal V secolo (con il pellegrinaggio religioso a Tours) che il fenomeno comincia a strutturarsi nella direzione che ancora oggi conosciamo, anche se la sua diffusione capillare in Europa avviene solo durante il Medioevo, soprattutto a partire dal XIII secolo (Lavarini, 1997). Da questo punto di vista si tratta di un fenomeno decisamente longevo, che ha saputo mantenersi vivo nel corso dei secoli senza cambiare sostanzialmente le proprie caratteristiche originarie, legate alla relazione con i luoghi eletti come mete. Tuttavia la modernità ci ha insegnato che il successo di una meta di pellegrinaggio richiede non solo la formazione spontanea di una forte devozione popolare, ma anche la programmazione di precisi interventi da parte delle istituzioni (Battilani, 2001; Stock et alii, 2017). Da molti secoli quindi la nascita di un pellegrinaggio non dipende solo da scelte individuali e dalle caratteristiche del luogo verso cui il viaggiatore punta ad andare, ma anche da una progettazione mirata e consapevole dell'itinerario e dei territori attraversati. Tale progettazione mira a creare le basi strutturali e infrastrut-

¹ Il presente contributo è frutto di un lavoro condiviso dai due autori. Per l'attribuzione delle parti: i paragrafi 1, 3 e 5 sono curati da Dino Gavinelli; i paragrafi 2 e 4 sono curati da Giacomo Zanolin.

turali per sostenere il flusso di persone che si propongono di raggiungere una certa meta e che si distribuiscono lungo un percorso prestabilito. Un fondamentale ruolo in questo processo è svolto da coloro che si occupano di costruire una narrazione volta a caricare di significato spirituale il percorso, le sue tappe e la meta. Tale ruolo è stato svolto originariamente dal potere civile e religioso, mentre oggi a questi si affiancano operatori turistici ed editori, i quali dedicano molte energie alla costruzione di *storytelling* mirati ed efficaci. Tuttavia pellegrinaggio e turismo sono pratiche sociali e territoriali in parte differenti tra loro (Collins-Kreiner, 2010), il 'turismo dei cammini' è infatti un fenomeno più ampio rispetto al pellegrinaggio, e comprende quest'ultimo nell'ambito di un complesso insieme di pratiche. Il tema religioso è solo uno tra i tanti che muovono i contemporanei camminatori verso le mete più disparate e anche quando la meta finale è un sito connotato dal punto di vista spirituale, non è detto che la pratica possa essere del tutto definita come pellegrinaggio. L'esempio più eclatante, da questo punto di vista, è sicuramente il 'Cammino di Santiago di Compostela', che ricalca i vari percorsi nati a partire dall'XI secolo e ne ripropone i capisaldi narrativi anche se, sempre più, tale percorso si configura come un'esperienza turistica più complessa e articolata, in cui la devozione al Santo è solo una delle possibili motivazioni al viaggio (Lopez, 2013; Lopez et alii, 2017).

La contemporanea pratica del cammino si carica quindi di significati nuovi e ancora in parte da esplorare, soprattutto in relazione alle modalità e alle criticità con cui propone esperienze turistiche, sovente presentate come alternative rispetto a quelle di massa. Il presente contributo cerca di ragionare su alcuni di questi aspetti, con riferimento specifico al ruolo svolto dall'editoria, la quale si sta dimostrando un eccezionale motore in grado di costruire *storytelling* convincenti per un'ampia platea di persone, tradizionalmente impegnata in forme di turismo alternativo (Borghi, Celata, 2009). Pratiche come il Backpacking (Cerutti, 2021), l'escursionismo (Hall et alii, 2017), il turismo sportivo (Giuntarelli, 2021), l'ecoturismo (Fennel 2020), lo *slow tourism* (Dickinson, Lumsdon, 2010), il turismo rurale (Ercole, 2019), il turismo culturale (Cusimano, 2006), trovano infatti uno straordinario campo di convergenza nell'ambito del 'turismo dei cammini' e la narrazione costruita dagli editori italiani è un fondamentale strumento utile per tenere insieme tutte queste pratiche.

Su queste basi si proverà, in sintesi, a ragionare sul modo in cui il 'turismo dei cammini' si inserisce in quel 'paradigma delle nuove mobilità' su cui Sheller e Urry (2006) ci hanno proposto di riflettere per comprendere le nuove modalità con cui si sviluppano le relazioni tra i turisti e i luoghi attraversati e visitati, sempre più contraddistinti da una dimensione di eterogeneità e mobilità. Proveremo quindi a capire se e in che modo i cammini, per come sono promossi dagli editori italiani, generano un nuovo approccio al turismo domestico in Italia e una diversa concezione del patrimonio territoriale e culturale,

attivando processi di sviluppo locale e favorendo nuove forme di auto- ed etero-rappresentazione delle località turistiche (Musella, La Foresta, 2018).

Dal punto di vista metodologico la ricerca si avvale di una serie di interviste e di colloqui informali svolti con editori, autori specializzati, esperti di settore e turisti che hanno percorso i cammini qui presentati.

2. *Il ‘turismo dei cammini’, una pratica contemporanea*

Prima di addentrarci nei risultati della ricerca che qui intendiamo presentare, è doveroso proporre una brevissima digressione volta a definire il ‘turismo dei cammini’, individuando alcune caratteristiche distintive di ciò che definiamo come ‘un cammino’. Questi può infatti essere considerato come uno spazio nel quale convergono una molteplicità di esperienze e pratiche che offrono al turista l’opportunità di relazionarsi con i luoghi visitati, con le comunità locali, con il patrimonio naturale e culturale e, grazie alla lentezza imposta dal ritmo del passo, di entrare in relazione intima con i paesaggi nei quali si immerge. In questa direzione il Ministero dei Beni Culturali e del Turismo (MIBACT), creando *l’Atlante digitale dei Cammini d’Italia*, ha definito i cammini come ‘una rete di mobilità slow per dotare il Paese di una vera e propria infrastruttura intermodale di vie verdi’², mettendo l’accento soprattutto sulla dimensione della lentezza e della pervasività dei percorsi lungo l’intero territorio nazionale. Sulla base di questa proposta, possiamo approfondire l’analisi soffermandoci in particolare sull’eterogeneità dei percorsi descritti nell’Atlante digitale. Alcuni di essi possono infatti essere considerati come semplici percorsi escursionistici che, svolgendosi in più tappe, consentono di penetrare in profondità anche nelle ‘aree interne’ del nostro Paese, a volte tralasciate dai grandi itinerari turistici nazionali e internazionali. Il ‘turismo dei cammini’ è quindi caratterizzato dal fatto che propone una nuova modalità di relazione con spazi tradizionalmente etichettati come ‘naturali’ o ‘rurali’ in virtù di una semplificazione della complessità dei processi geo-storici e sociali che li hanno generati. Offrendo l’occasione di entrare in contatto diretto con luoghi meno turistici, i cammini svolgono invece un utilissimo ruolo educativo, rivelando l’importanza della dimensione non urbana che caratterizza ancora gran parte del territorio italiano (Agnoletti, 2018). Altri cammini invece assumono caratteristiche diverse e anziché portare i visitatori lontano dai centri abitati, li invitano a cercarli, a scoprirli e a conoscerli, entrando così in contatto con le comunità locali. Tra questi, alcuni hanno un tema religioso (richiamando così in vario modo i principi del pellegrinaggio), ma molti

² A tal proposito si veda <https://www.turismo.beniculturali.it/home-cammini-ditalia/atlante-dei-cammini/>

sono completamente laici e si focalizzano principalmente sull'esplorazione culturale del territorio. Sono questi ultimi cammini che stanno diventando particolarmente importanti nel contesto italiano, guadagnando un ruolo come occasioni per proporre nuove modalità di fruizione del patrimonio presente in maniera capillare lungo tutta la penisola e nelle isole. Il 'turismo dei cammini' propone quindi un tipo di esperienza che consente di incontrare l'*heritage* nella sua complessità, offrendo in questo modo l'opportunità di riflettere sul valore del patrimonio culturale per come è vissuto e rappresentato in Italia (Cerutti et alii, 2021).

Tutto questo ci conduce a introdurre un ultimo tema chiave, importante per comprendere il 'turismo dei cammini', ovvero l'autenticità (o inautenticità) delle località turistiche (Cohen, 2007; Lovell, Bull, 2018). Richiamando una categoria ampiamente utilizzata nell'ambito di studi turistici, potremmo forse parlare a questo proposito di *staged authenticity* (Mac Cannell, 2013), sottolineando l'artificiosa costruzione di significati attribuiti ai luoghi, dalla quale dipende fortemente il senso dell'esperienza vissuta dai turisti. Riflettere sul tema dei cammini da questa prospettiva risulta potenzialmente molto interessante soprattutto nel momento in cui ci poniamo l'obiettivo di comprendere il senso di uno *storytelling* pervasivo, mediato da alcuni editori italiani, che sta avendo il merito di costruire un nuovo immaginario collettivo relativo al valore del patrimonio italiano e alle modalità di fruizione. Queste ultime, come ci ha mostrato Tim Ingold (2016; 2020), sono basate sulla dimensione della linea più che su quella del punto e questo favorisce l'integrazione territoriale e sociale, nonché una comprensione più approfondita delle relazioni tra i luoghi.

3. L'editoria italiana e la geografia: un piccolo ma dinamico settore

Il settore dell'editoria di taglio geografico è secondo le ultime stime un settore non molto ampio in Italia ma molto dinamico ed eterogeneo per tipologie di opere prodotte³. A dominare il mercato sono grandi case editrici e gruppi con una tradizione consolidata

³ Secondo i dati del quotidiano Il Sole 24 ore, nel 2018 si sono pubblicati, in ambito geografico, 955 guide turistiche e 540 atlanti e testi riguardanti il tema del viaggio. Ad essi si devono aggiungere 649 opere di vario tipo: alcune sono a cavallo tra geografia culturale, etnografia, folclore e tradizioni popolari; altre rientrano nella vasta categoria dell'editoria geografica 'odeporica' e dell'editoria geo-cartografica e geo-storica. Importante è pure l'editoria geografica 'tradizionale' della grande produzione di testi scolastici per la scuola primaria, la secondaria di primo grado e la secondaria di secondo grado. Di un certo peso, infine, anche la pregevole e specifica editoria rivolta all'università e alla diffusione della ricerca scientifica.

Per un'ulteriore analisi si rimanda al sito <https://www.infodata.ilssole24ore.com/2019/12/18/libri-giornali-lettura-tutti-numeri-delleditoria/>

(De Agostini, Touring Club Italiano, Club Alpino Italiano, National Geographic ecc.) e prodotti ben identificati nell'immaginario collettivo (Guide turistiche ed escursionistiche, collane editoriali di taglio geografico, atlanti, riviste specializzate nel trekking, nei viaggi e nel tempo libero)⁴. Esiste poi una pleora di altri protagonisti di dimensioni medio-piccole che sono molto attivi nel produrre contenuti geo-cartografici ed escursionistici su supporti tradizionali e informatici (Geo4Map, La Libreria Geografica, Slow Food, Terre di Mezzo, ecc.). In questo vasto ed eterogeneo panorama di produzioni grandi e piccole, l'editoria geografica turistica ed escursionistica si è oggi specializzata nella fornitura di contenuti e risposte sia al turista tradizionale più orientato alle pratiche balneari, montane, della villeggiatura e della fruizione del patrimonio sia a quello 'prosumer' più incline alle nuove pratiche del turismo contemporaneo che spaziano da quello di avventura a quello del turismo estremo, dal tour individuale all'ecoturismo, dal turismo sostenibile a quello responsabile, dal puro divertimento a quello per la cura del corpo e del benessere (Gavinelli, Zanolin, 2019).

La gran parte dell'editoria geografica turistica ed escursionistica presenta generalmente percorsi che puntano a far scoprire il patrimonio naturale e culturale presente lungo determinati percorsi ritenuti particolarmente significativi da esperti e redattori che, recandosi sul posto o a tavolino, individuano pure la scelta del taglio editoriale da fornire al prodotto destinato ad uscire sul mercato. La prima scelta editoriale è dunque quella tra utenza generalista (la famiglia) o fruitore specializzato (*les randonneurs*). A volte si opta per una soluzione intermedia tra le due. Non necessariamente queste scelte sono esplicitate nella guida turistica o nei prodotti geo-cartografici acquistati dall'utente. Sicuramente però i diversi prodotti (guide, carte tematiche, percorsi escursionistici, piccoli atlanti ecc.) sono concepiti come strumenti che consentono di arricchire le conoscenze dell'escursionista-viaggiatore e di veicolare informazioni molto eterogenee, per qualità e quantità, sulle fondamentali categorie geografiche di 'spazio', 'ambiente naturale', 'territorio costruito e modellato dai gruppi umani', 'paesaggio', oltre che su altre dimensioni storico-sociali e politico-economiche, su elementi specifici (agricoltura, uso plurimo delle acque, sfruttamento di altre risorse, ecc.). Gli stessi prodotti editoriali possono essere anche strumenti per invogliare alcuni a praticare una geografia concreta sul terreno, con «i piedi nel fango» (Frémont, 2007) o per ripassare nozioni e conoscenze disciplinari acquisite in precedenza.

Tenendo infine conto della particolare situazione contingente, molte pratiche e forme di turismo 'nell'era Covid' incentivano la riscoperta di spazi e territori vicini e favoriscono l'uso dei prodotti editoriali alla scala regionale e nazionale. Il turismo di prossimità

⁴ Si pensi, solo a titolo di esempio, alla fama di cui godono alcuni prodotti del TCI (Le Guide rosse, le guide verdi, gli atlanti stradali, le guide per smartphone) e della De Agostini (Il Grande Atlante, l'Atlante geografico, il Calendario Atlante che esce puntualmente ogni anno).

diventa pertanto un'occasione da sfruttare per le comunità locali attraversate dagli escursionisti, per avviare pratiche condivise all'interno di piccoli gruppi di turisti, per adottare forme alternative o *slow* di viaggio, per avvicinare i viaggiatori a regioni poco frequentate e lontane dal turismo di massa. Il turismo di prossimità, pertanto, aiuta a riscoprire la grande scala, come dimensione geografica complementare a quella dei grandi viaggi internazionali a medio e lungo raggio che la globalizzazione ha alimentato negli ultimi decenni.

4. L'editoria italiana e i cammini: tra scoperta e invenzione

Sulla base di tutto quanto riportato finora, possiamo finalmente concentrare l'attenzione sulle modalità con cui gli editori italiani si stanno dedicando al tema dei cammini. Come è facile scoprire grazie a una banale indagine per parole chiave attraverso i motori di ricerca disponibili nel web, un crescente numero di editori sta dedicando attenzione a questo tema, attraverso la pubblicazione di guide, saggi o numeri tematici di riviste. È importante sottolineare che si stanno avvicinando a questo mondo sia editori specializzati nel turismo (ad esempio: Touring Club Editore, Ediciclo, Terre di Mezzo), sia editori generalisti (ad esempio: Hoepli, Domus, Newton Compton, Marsilio). Ad essi si devono poi aggiungere editori esplicitamente specializzati proprio nei cammini (come le Edizioni dei cammini). Un panorama quindi ampio e diversificato, che sta producendo una vasta ed eterogenea congerie di pubblicazioni, le quali presentano questa pratica introducendo varie e diversificate narrazioni che evidenziano, di volta in volta, le caratteristiche culturali, spirituali, religiose, naturalistiche, escursionistiche o sportive dei cammini. In tale ampio contesto, la presente indagine si concentra, giocoforza, sui lavori pubblicati da due editori specializzati (Touring Club Italiano e Terre di Mezzo), che consentono di evidenziare e riflettere su due principali tendenze attualmente in atto. La maggior parte delle guide e delle pubblicazioni uscite nell'ultimo periodo non si limitano infatti a riportare sulla carta descrizioni di percorsi e resoconti, utili a stimolare il desiderio di ripetere esperienze già sperimentate da altri lungo le medesime rotte. Essi infatti scoprono (o riscoprono) itinerari già esistenti e li caricano di significati capaci di renderli attrattivi per i turisti contemporanei, oppure inventano *ex-novo* percorsi ai quali attribuiscono un valore identitario, indispensabile per renderli riconoscibili e quindi appetibili per i fruitori. 'Scoperta' e 'invenzione' sono quindi due parole chiave attraverso le quali possiamo ragionare sul ruolo dell'editoria nella crescita del 'turismo dei cammini' in Italia. Per chiarezza espositiva si procederà riportando schematicamente alcune caratteristiche del lavoro svolto dai due editori individuati come significativi anche se è necessario chiarire che, come ogni schematizzazione, quella che presentiamo è una mera semplificazione. In effetti i due editori seguono entrambe le

sudette tendenze le quali, pur muovendosi in un'ottica commerciale, pongono al tempo stesso al centro dei loro contenuti i territori attraversati dai cammini e costruiscono, indirettamente, alcune opportunità per lo sviluppo locale.

4.1. Il Touring Club Italiano 'scopre' i cammini

Il Touring Club Italiano (TCI) è un'associazione di lunga data che, a partire dal 1894, ha spinto e continua a spingere milioni di cittadini italiani a esplorare gli angoli più remoti della penisola (Pivato, 2006). Tra i diversi asset strategici del TCI, l'editoria ha svolto da sempre un ruolo di primo piano, portando un contributo fondamentale alla diffusione di conoscenze geografiche tra i cittadini italiani (Morri, 2020). Alla luce di queste considerazioni, possiamo considerare la decisione del TCI di investire significativamente sul tema dei cammini come una dimostrazione della loro crescente importanza nel contesto dell'offerta turistica e dell'attenzione che sta guadagnando da parte della domanda interna del Paese.

L'interesse verso questa pratica può essere letto, a un primo livello, rilevando la pubblicazione di alcuni volumi illustrati di carattere descrittivo e divulgativo, ma soprattutto di diverse guide, uscite in tre specifiche collane. In un primo tempo infatti sono usciti alcuni volumi (fondamentale per esempio quello dedicato alla Via Francigena) nella storica collana *Guide Verdi d'Italia*. In questo modo si è introdotta una novità in una collana tradizionalmente impostata sulla dimensione urbana e regionale. Successivamente si è inaugurata una collana dedicata ai cammini e intitolata *Itinerari a piedi* costituita da pubblicazioni spesso co-finanziate da amministrazioni pubbliche locali, e quindi esplicitamente volte alla promozione turistica dei territori. Tale nuova collana si differenzia da quelle precedenti per una più marcata accentuazione sul ruolo potenziale del turismo lento e per l'intento di condurre gli italiani alla scoperta del proprio territorio muovendosi lungo percorsi originali. Ultima, ma non meno interessante, è la pubblicazione delle *Guide e taccuini per il viaggio*. Non si tratta in realtà di una vera e propria collana, anche se ne ha ormai assunto tutte le caratteristiche, avendo già pubblicato otto volumi in italiano e due in inglese. Dal punto di vista dell'impostazione e dei contenuti, si tratta di guide ormai consapevoli del fatto che i cammini non sono semplicemente itinerari da percorrere a piedi, bensì anche percorsi che penetrano nei territori e ne mettono in moto lo sviluppo locale. Queste guide sono studiate per turisti desiderosi di scoprire il territorio, di esplorarlo e di catturarne il senso più profondo. Tale caratteristica fondamentale è resa evidente anche da una specifica scelta editoriale legata al formato delle guide che richiama le storiche Moleskine, una sorta di *status symbol* per viaggiatori in qualche modo desiderosi di emulare personaggi emblematici come Bruce Chatwin o Ernest Hemingway⁵.

⁵ <https://www.moleskine.com/it-it/il-mondo-di-moleskine/la-nostra-storia/>



Figura n. 1
Segnaletica lungo il Sentiero del Viandante
Fonte: foto di Dino Gavinelli

Non si tratta quindi di semplici guide da cui trarre ispirazione per il viaggio, ma anche taccuini su cui riportare la cronaca e le emozioni derivate dall'esperienza del cammino, sempre più percepito come una delle modalità più appropriate per confrontarsi con l'autenticità delle località e dei territori italiani.

La capacità del TCI di scoprire (e ri-scoprire) cammini, attribuendo loro nuova vita e nuovi significati, non si limita però alla sola pubblicazione di guide, ma si arricchisce di un nuovo progetto, attraverso il quale si impegna a certificare i percorsi con un marchio di qualità denominato *Cammino certificato Touring Club Italiano*. A partire da un processo di autocandidatura, gli enti locali collegati da un cammino possono quindi decidere di sottoporsi a un'attenta valutazione da parte di certificatori specializzati, che verificano in incognito il rispetto di una serie di parametri e alla fine stabiliscono se autorizzare la concessione del marchio e/o proporre piani di miglioramento. Allo stato attuale, il primo cammino certificato dal Touring è il *Sentiero del Viandante*, un itinerario escursionistico già esistente da tempo, che è stato riscoperto a partire dall'iniziativa del Sindaco di Bellano, il quale ha voluto cercare di rilanciare il turismo nel proprio comune provando ad

attrarre non solo semplici escursionisti già abituati a frequentare i sentieri delle Provincie di Lecco e di Sondrio, ma anche una più ampia pletora di turisti interessati al viaggio a piedi e alla scoperta dei piccoli ma rilevanti valori culturali della sponda orientale del lago di Como e del fondovalle valtellinese.

4.2. L'editore Terre di Mezzo 'inventa' i cammini

Un secondo editore chiave nell'ambito della promozione dei cammini è Terre di Mezzo che, dopo un quarto di secolo di attività e la pubblicazione di diverse collane editoriali, è diventato un protagonista nel panorama editoriale. Una delle collane più importanti e più rappresentative delle strategie di questo editore è intitolata *Percorsi* e ormai da diversi anni pubblica guide dedicate al 'turismo dei cammini'. Le prime pubblicazioni, dedicate al Cammino di Santiago e alla Via Francigena, hanno per certi versi posto le basi per una vera e propria esplosione registrata nell'ultimo periodo, con la pubblicazione ogni anno di nuove guide che offrono ai turisti la possibilità di immaginare nuovi itinerari in grado di soddisfare le loro diverse esigenze. Questa strategia editoriale ha iniziato a introdurre una rilevante novità, perché Terre di Mezzo non si limita più a pubblicare guide che descrivono itinerari esistenti, ma sta cominciando a contribuire alla creazione di nuovi itinerari, che prendono vita proprio grazie alla pubblicazione delle guide stesse. Diverse sono le esperienze di questo tipo, ma tra tutte merita almeno una rapida menzione il *Cammino di San Benedetto*, inventato dall'autore della guida, Simone Frignani, il quale nel 2012 ha tracciato un percorso da Norcia a Montecassino. Esso unisce una serie di luoghi variamente connessi alla tradizione Benedettina e attraversa realtà meno note ma molto interessanti dell'Italia centrale, ricche di fascino legato alla storia, all'arte, alla natura e alla ruralità. Il Cammino di San Benedetto non ricalca, come quello di Santiago, il percorso di un pellegrinaggio antico ma ne inventa uno nuovo, ispirato a una figura chiave della spiritualità cristiana italiana ed europea; esso trascende però il significato esclusivamente religioso, proponendo un'esperienza culturale a tutto tondo nel cuore dell'Italia centrale.

Guide come quella dedicata al Cammino di San Benedetto, hanno quindi il merito di costruire una percezione e una narrazione nuova per i territori. La loro importanza non è però solo rappresentativa, trattandosi pur sempre di guide di viaggio, esse hanno anche una fondamentale dimensione pratica, proponendo posti tappa, alloggi, luoghi per la ristorazione, ecc. La stesura delle guide diventa così l'occasione per inventare cammini interessanti da molti punti di vista, poiché stimolano la sinergia e il legame tra le diverse località, traggono forza dal sostegno reciproco tra la realtà territoriale e la sua rappresentazione, insegnano alle comunità locali a immaginarsi come parti di una rete, più che come punti isolati nello spazio.



Figura n. 2
In marcia lungo il Cammino di San Benedetto
Fonte: foto di Giacomo Zanolin

5. Conclusioni

La produzione editoriale qui rapidamente presentata, anche attraverso il riferimento specifico al TCI e a Terre di Mezzo, si inserisce nel solco di un nuovo protagonismo, capace di veicolare innovative strategie di auto - ed etero - rappresentazione del territorio essenzialmente volte alla sua promozione turistica.

La scoperta o l'invenzione di cammini da parte degli editori, genera implicitamente un nuovo approccio al turismo domestico e delinea una concezione più ampia del patrimonio e della sua fruizione. Come abbiamo avuto modo di mostrare, il 'turismo dei cammini' coinvolge una molteplicità di pratiche variamente connesse alle dimensioni dell'*heritage*, della spiritualità, della ruralità, della naturalità e dello sport. L'inserimento di una località all'interno di un cammino arricchisce quindi la sua immagine turistica, portandola al di là del singolo valore specifico che tradizionalmente ne ha caratterizzato il posizionamento nell'ambito dell'offerta turistica del territorio in cui è collocata. I prodotti editoriali studiati contribuiscono quindi in definitiva a ridefinire il senso complessivo del sistema turistico di un territorio, rielaborandolo dal punto di vista narrativo e riorganizzandolo da quello pratico. Inoltre in molti casi il lavoro dell'editore avviene in sinergia con gli attori locali, favorendo l'attivazione (o il rafforzamento) di processi di sviluppo basati sulla condivisione di una visione progettuale e sulla messa a sistema dell'offerta turistica. Gli attori del territorio riscoprono così se stessi, non più come punti isolati nello spazio (le località), bensì come elementi di una linea (il cammino) la quale

favorisce connessioni, sinergie e collaborazioni. Il patrimonio assume in questo modo una dimensione olistica, non più semplice espressione di una singola unità territoriale ma elemento fondante di una più vasta rete turistica regionale e interregionale.

In questo processo, assume un ruolo centrale la dimensione dell'autenticità, in quanto le narrazioni costruite attorno al 'turismo dei cammini', esaltano la capacità di questa pratica di favorire l'incontro con la dimensione locale, sovente presentata come autentica perché favorita dalla lentezza della pratica. Come sempre però tale autenticità è costruita, messa in scena, allo scopo di costruire un'offerta in grado di soddisfare le specifiche aspettative di un pubblico alla ricerca di esperienze il più possibile vicine alle dinamiche locali dei territori visitati.

Inventando o (ri-) scoprendo i cammini, gli editori studiati contribuiscono, in definitiva, alla costruzione e alla diffusione di narrazioni turistiche che alimentano nuove forme di auto - ed etero - rappresentazione dei valori dei territori, ognuna a suo modo utile per lo sviluppo locale.

Bibliografia

Agnoletti M., *Storia del bosco: il paesaggio forestale italiano*, Roma-Bari, Laterza, 2018.

Battilani P., *Vacanze di pochi, vacanze di tutti. L'evoluzione del turismo europeo*, Bologna, Il Mulino, 2001.

Borghesi R., Celata F., *Turismo critico. Immaginari geografici, performance e paradossi sulle rotte del turismo alternativo*, Milano, Unicopli, 2009.

Cerutti S., «Il turismo backpacker nell'esperienza degli studenti universitari: analisi di un caso italiano», in *Rivista geografica italiana*, n. 1, 2021, pp. 61-85.

Cerutti S., Cottini A., Menzardi P., *Heritography. Per una geografia del patrimonio culturale vissuto e rappresentato*, Roma, Aracne, 2021.

Cohen E., «"Authenticity" in Tourism Studies: Après la Lutte», in *Tourism Recreation Research*, n. 32, 2007, pp. 75-82.

Collins-Kreiner N., «Researching Pilgrimage: Continuity and Transformations», in *Annals of Tourism Research*, n. 2, 2010, pp. 440-456.

Cusimano G. (ed.), *Luoghi e turismo culturale*, Bologna, Pàtron, 2006.

Dickinson J., Lumsdon L., *Slow Travel and and Tourism*, London, Routledge, 2010.

Ercole E., *Sviluppo Locale, Sostenibilità, Autenticità, Emozioni*, Milano, FrancoAngeli, 2019.

Fennel D.A., *Ecotourism*, London, Routledge, 2020.

Frémont A., *Vi piace la Geografia?* (tr. it. D. Gavinelli), Roma, Carocci, 2007.

Gavinelli D., Zanolin G., *Geografia del turismo contemporaneo. Pratiche, narrazioni e luoghi*, Roma, Carocci, 2019.

- Giuntarelli P., *Turismo sportivo. Teoria e metodo*, Roma, Armando editore, 2021.
- Hall C.M., Ram Y., Shoval N. (eds.), *The Routledge International Handbook of Walking*, London Routledge, 2017.
- Ingold T., *Lines: A Brief History*, London, Routledge, 2016.
- Ingold T., *Siamo linee. Per un'ecologia delle relazioni sociali*, Roma, Treccani, 2020.
- Lavarini R., *Il pellegrinaggio cristiano*, Genova, Marietti, 1997.
- Lopez L., «How Long Does the Pilgrimage Tourism Experience to Santiago de Compostela Last?», in *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, n. 1, 2013 - <https://doi.org/10.21427/D7C133>
- Lopez L., Lois González R.C., Castro Fernández B.M., «Spiritual tourism on the way of Saint James the current situation», in *Tourism Management Perspectives*, n. 24, 2017, pp. 225-234.
- Lovell J., Bull C., *Authentic and Inauthentic Places in Tourism: From Heritage Sites to Theme Parks*, Milton Park, Taylor & Francis Ltd., 2018.
- MacCannell D., *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*, Oakland, University of California Press, 2013.
- Morri R., *Pratiche di public geography. Un anno con il Touring Club Italiano alla riscoperta della geografia*, Bologna, Pàtron, 2020.
- Musella M., La Foresta D. (eds.), *Turismo, turismi e sviluppo dei territori*, Torino, Giappichelli, 2018.
- Pivato S., *Il Touring Club Italiano*, Bologna, Il Mulino, 2006.
- Sheller M., Urry J., «The new mobilities paradigm», in *Environment and Planning*, n. 38, 2006, pp. 207-226.
- Stock M., Coëffé V., Violier P., *Les enjeux contemporains du tourisme. Une approche géographique*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2017.

Sitografia

<https://www.moleskine.com/it-it/il-mondo-di-moleskine/la-nostra-storia/>

<https://www.turismo.beniculturali.it/home-cammini-ditalia/atlante-dei-cammini/>

<https://www.infodata.ilssole24ore.com/2019/12/18/libri-giornali-lettura-tutti-numeri-delleditoria/>

Le *lifestyle migrations* quale risorsa per la valorizzazione dei territori

Marina Marengo

1. *Introduzione*

Negli ultimi tre decenni del secolo scorso, così come il ventennio appena trascorso, in alcuni Paesi del Nord del mondo, si è verificata l'inversione di una tendenza demografica più che centenaria. La categoria concettuale della contro-urbanizzazione, come concepita negli anni 1970-1980, rendeva conto di tale inaspettato declino demografico delle più estese aree urbano-metropolitane a favore della crescita di città piccole e medie dimensioni (Berry, 1976; Champion, 1989; Marengo 1991). Statisticamente il fenomeno non ha avuto un impatto così importante, tanto che già negli anni 1990 tale categoria concettuale non era più considerata sufficientemente significativa e pertinente a descrivere i fenomeni demografici in atto in buona parte del Nord del mondo. Grazie alla diffusione del telelavoro, della smaterializzazione di buona parte delle comunicazioni e informazioni, nonché all'accresciuta mobilità della popolazione, è invece proprio nell'ultimo decennio del secolo scorso che i fenomeni di contro-urbanizzazione si sono alquanto diffusi nell'insieme dei Paesi occidentali. Tale categoria concettuale, mai 'dismessa' nel mondo anglosassone, si è arricchita di nuovi contenuti (Champion, 2001; Halfacree, 2008 e 2012) e, soprattutto, non è più stata associata ai soli fenomeni di deconcentrazione demografica degli spazi urbani, ma soprattutto alla rifunzionalizzazione di contesti periferici e marginali prevalentemente rurali.

Con Michaela Benson e Karen O'Reilly (2016), consideriamo la contro-urbanizzazione un concetto sempre pertinente, ma forse troppo pregno di significati, un vero e proprio «chaotic concept» secondo la definizione di Clare Mitchell (2004, p. 21). In effetti, questa categoria concettuale indica «[...] at one and the same time a phenomenon of deconcentrated settlement, a spatial process, and also a type of migration movement» (Benson, O'Reilly, 2016, p. 22).

Proprio per questa densità contenutistica, il concetto di contro-urbanizzazione è stato sempre più di frequente associato a quello di *gentrification* rurale (Phillips, 2010), di *amenity migration* (Moss, 2006; Cognard, 2010) e di *life style migrations* (Benson, 2015; Torkington et alii, 2015; Rouvière, 2015). Sono ormai molti i casi di studio nel Nord e nel Sud del mondo che esplicitano l'intensificazione del fenomeno della crescita dei movimenti di popolazione verso le Regioni periferiche, sovente in contesti rurali e montani marginali. Catherine Rouvière sottolinea che:

Dans les campagnes, le retour à la terre peut être défini comme «l'installation en vagues successives et différenciées, de populations d'origine citadine et plutôt jeunes, dont les motivations évoluent au gré de la conjoncture économique et politique générale, et qui s'inscrivent en rupture de la société dominante» (2015, p. 31).

Marlon Mendez, a proposito delle sue analisi su tale fenomeno in Colombia, sostiene che si tratta di una «[...] revalorización de lo rural como espacio alternativo de vida, la búsqueda de válvulas de escape por parte de pobladores urbanos al modo de vida citadino» (2013, p. 47). Carolina del Valle Ramos, a proposito dell'Andalusia, osserva che anch'essa che

[...] sobre todo durante la última década, la llegada de población joven, que tras haber terminado formación superior en la ciudad eligen el mundo rural para vivir, e instalan en él sus residencias (2019, p. 179).

Altri casi di studio indicano che tali movimenti di popolazione sono sempre più evidenti anche nell'Europa settentrionale (Czesław et alii, 2017) e orientale (Nefedova, 2016; Membretti, Iancu, 2017). I fenomeni di *gentrification* rurale sono alquanto presenti anche in Francia, dove l'équipe di Géolab dell'Università di Limoges¹ indaga da alcuni lustri sulla loro capillarizzazione nelle aree marginali di questo Paese. Proprio gli studiosi di questo laboratorio hanno fornito la definizione maggiormente compiuta di *gentrification* rurale, quale:

Processus par lequel des groupes sociaux disposant de capitaux économiques, culturels et sociaux supérieurs aux populations antérieures investissent des espaces ruraux et contribuent à la recomposition sociale, économique, paysagère de ces espaces en y introduisant

¹ Il laboratorio Géolab ha gestito negli ultimi anni il progetto ORA+ iRGENT (international Rural Gentrification). I suoi ricercatori lavorano tra l'altro sul 'capitale ambientale' e sulla *greentrification*.

progressivement et dans des proportions variables leurs valeurs et représentations (Richard et alii, 2017, p. 91).

In Italia sono numerosi gli studi effettuati negli ultimi anni in particolare nella catena alpina, le Alpi Occidentali (Corrado, 2010 e 2016; Dematteis, 2011) e quelle orientali in particolare (Steinicke et alii, 2014; Carli, Jelen, 2015). Nell'Italia centrale l'interesse si concentra in particolare sulle *amenity migrations* legate all'enoturismo nell'area del *Chian-tishire* (Perrin, Randelli, 2007; Senese et alii, 2016).

2. Le motivazioni migratorie delle *lifestyle migrations*

Le categorie concettuali 'classiche', come la controurbanizzazione, o più recenti, come l'*amenity migration*, permettono di riflettere sull'insieme dei fenomeni in oggetto e, soprattutto, li legittimano nominandoli. È tuttavia necessario approfondire le analisi al fine di comprendere le ragioni dei movimenti di popolazione sopra descritti. A parte i migranti di ritorno, che «chiudono» così il loro progetto migratorio economico (Marengo, 2001; del Valle Ramos, 2019), le nuove forme di movimenti di popolazione si basano su motivazioni più complesse che orientano la scelta di mobilità sia verso i contesti urbani minori che, e soprattutto, in direzione dei contesti rurali e montani. Le motivazioni migratorie dei nuovi abitanti sono molteplici e spesso si sovrappongono, contribuendo così a costruire un progetto di vita in un contesto diverso da quello in cui le persone hanno vissuto fino a quel momento. Una parte consistente di tali nuovi abitanti, scelgono in realtà di tornare nel loro luogo d'origine, i «ritornanti», secondo la definizione di Andrea Membretti (2021): sono i pensionati che spesso posseggono ancora la casa di famiglia – o acquistata/costruita durante il periodo di vita attiva. A tale gruppo di neo-abitanti si possono assimilare anche i migranti internazionali di ritorno che giungono allo stesso tipo di scelta una volta raggiunta l'età pensionabile, anche grazie a politiche di sgravi fiscali attuati da molti Paesi a partire dagli anni 2010². Attratti dal minor costo della vita, da una maggiore tranquillità e da servizi abbastanza efficienti, questi 'ritornanti' scelgono in ogni caso di lasciare i contesti abitativi della vita lavorativa. Accanto a questa prima tipologia di nuovi abitanti – che talvolta, sempre per le politiche fiscali particolarmente favorevoli, scelgono un Paese terzo per trascorrere la terza età, come Portogallo e Spagna (Plard, Vuailat, 2018) –, ve ne sono altri che hanno

² Con la pubblicazione sulla Gazzetta Ufficiale della l. 58/2019 del decreto-legge 30 aprile 2019, n. 34, è possibile per i pensionati che trasferiscono la loro residenza nel Mezzogiorno di beneficiare di importanti sgravi fiscali. (https://www.ilsolo24ore.com/art/pensioni-flat-tax-7percento-nove-anni-e-anche-italiani-che-rientrano-sud-ACIkspQ?refresh_ce=1).

avviato il loro percorso *lifestyle* a partire da una scelta iniziale di *amenity migration*. Tale movimento migratorio si origina spesso a partire dall'acquisto/affitto di una seconda casa, da cui ne discende una doppia residenzialità 'flessibile', a seconda delle necessità familiari o individuali (attività lavorativa, scolarizzazione dei figli, ecc.).

Esistono tuttavia altre motivazioni che sono incentrate su ragioni meramente ambientali, ecologico-politiche o ecologico-culturali-artistiche. A queste si aggiungono le ragioni prevalentemente economiche, legate al minor costo della vita nei territori marginali, nonché all'opportunità di inserirsi in un modello di vita incentrato sulla decrescita (Latouche, 2014). Alcuni studiosi ispanofoni hanno proposto dei raggruppamenti motivazionali che aiutano ad orientarsi tra le numerose nuove opzioni di mobilità della popolazione. María Jesús Rivera (2009) al riguardo dei nuovi abitanti dei territori marginali, per lo più neo-rurali, distingue tra motivazioni migratorie legate alla distopia pragmatica, all'utopia del rifugio o all'utopia radicata. Marlon Mendez (2013) propende invece per una classificazione dei nuovi abitanti in funzione del paradigma attrazione/espulsione. Lo studioso distingue quattro categorie motivazionali suddividendole in: attrazione comparativa, attrazione etico-politica, attrazione economico-produttiva e espulsione. Queste due classificazioni, pur permettendo di inglobare la maggior parte delle *lifestyle migrations* e delle motivazioni all'origine di tali mobilità, dimenticano il ruolo importante della cultura e dell'arte in queste specifiche scelte migratorie, legate alla ricerca di un modo di vita 'altro' in un contesto ambientale di elevata qualità (Guyot et alii, 2019).

3. Le *lifestyle migrations* e le questioni di ruralità

L'insieme delle dinamiche prima descritte sono in ogni caso da ricondurre ad una ri-complexificazione dei contenuti attribuiti ai contesti territoriali rurali. Il termine 'rurale', nei Paesi a capitalismo avanzato, dal secondo dopoguerra è stato sovente utilizzato

[...] come sinonimo di marginalità, intesa in termini geografici come perifericità ma che implica metaforicamente altri tipi di distanza: distanza tecnica, socioeconomica e culturale (Berti et alii, 2010, p. 64).

Si tratta proprio di quei contesti rurali il cui impoverimento funzionale è stato incentrato sull'abbandono delle attività primarie, nonché su forti flussi migratori in direzione delle aree urbane dall'inizio del XX secolo. A partire dagli anni Settanta e, soprattutto, negli anni Ottanta, la crisi del paradigma della modernizzazione, rimette in discussione i contenuti della ruralità. Oggi il territorio rurale è inteso quale

[...] un'area a bassa densità demografica, dove è presente un'economia mista, caratterizzata dall'agricoltura e da altre attività economiche (artigianato, piccola-media industria, turismo), che tendono ad integrarsi ed a mantenersi in un equilibrio accettabile con l'ambiente naturale (Iacoponi, 1998, p. 52).

I territori rurali contemporanei sono quindi essenzialmente caratterizzati da una forte multifunzionalità che permette loro di attivare progetti e processi di valorizzazione locale endogeni. All'inizio del terzo millennio, le principali funzioni individuate in questi specifici contesti sono:

1. 'funzioni di tipo economico': produzione agricola, di materie prime, artigianale, turismo e ricreazione;
2. 'funzioni di tipo ambientale': salvaguardia delle basi stesse della vita - suolo, acqua, aria, protezione di biotipi e del paesaggio, conservazione della biodiversità;
3. 'funzioni di tipo socio-culturale': conservazione delle caratteristiche socio-culturali delle comunità locali (Basile, Romano, 2002, p. 14).

Ancora una volta, tuttavia, la questione culturale rimane marginale e poco considerata non solo dagli studiosi, ma anche dagli edili locali. La questione della conservazione e valorizzazione delle culture locali è sì indispensabile, ma in realtà vi sono altre tipologie di attività culturali che si stanno effettivamente sviluppando nei territori rurali e montani, malgrado l'indifferenza generalizzata. Sono all'origine, come vedremo, di nuove tendenze nelle *lifestyle migrations* e sono in grado di attivare nuove dinamiche non solo socio-culturali, ma anche economiche e sociali.

4. Nuovi abitanti per gli spazi marginali: le dinamiche in Italia e in Francia

Le ricerche condotte in questi ultimi anni in Italia, nelle vallate aretine (Marengo, 2020), e in Francia, in Auvergne (Marengo, 2021), aiutano ad alimentare le analisi sulle motivazioni migratorie dei nuovi abitanti degli spazi rurali e montani e, dall'altro, permettono di meglio articolare le classificazioni prima citate introducendo anche la variabile temporale oltre a quella spaziale, nonché quella artistico-culturale³.

³ Si tratta delle ricerche *La 'fabrique littéraire des territoires'. Le cas du Massif Central e Mise en patrimoine des territoires locaux et parcours d'innovation sociale: une comparaison entre France (Auvergne) et Italie (Toscane)*.

Le prime ricerche condotte in Italia hanno ben messo in evidenza come le *lifestyle migrations* avvenute in alcuni contesti della Penisola fossero legate ai movimenti ecologisti e politici degli anni Settanta. Si tratta di un fenomeno chiaramente diffuso in buona parte dei Paesi europei, in particolare dell'Europa meridionale:

Ich wollte Wirklichkeit, wollte die Utopie auf meiner Haut spüren, ein körperliches Verhältnis zur Welt haben. [...] Wir beschlossen, noch bis zur Geburt im Sommer 1981 eine eigene Gemeinschaft zu gründen. Alte Mitkämpfer der Anti-Atombewegung meldeten sich. Auch sie hatten jetzt kleine Kinder und wollten weg. Wir wussten von den vielen alleinstehenden, verlassenen Höfen speziell in der Toskana und hatten ein Tal des Casentino, eine wilde Berggegend bei Arezzo, im Blick (Halbach, 2011).

Tale fenomeno, attivato essenzialmente da motivazioni politico-ecologiche, si è ulteriormente ampliato nel decennio successivo al momento dell'incidente di Chernobyl: «Noi come famiglia siamo arrivati nel 1986. Nell'anno di Chernobyl. Si può dire che questa catastrofe ha dato un ulteriore slancio a questa scelta» (Petra)⁴. Lo stesso tipo di fenomeno è avvenuto in alcune aree dell'Auvergne, come l'Ardèche, o in altre aree del Massiccio Centrale, come l'Ayveron a sud, o la Creuse a nord. I nuovi abitanti appartengono in generale

[...] alla classe media – peculiarità dei fenomeni di *gentrification* rurale in tutti i contesti in cui è stata studiata [...] e posseggono, in generale, un livello di istruzione molto più elevato rispetto agli indigeni che hanno, pur parzialmente, sostituito. Sono quasi tutti in possesso di titoli almeno professionali e in molti casi anche di una formazione post-secondaria (Marengo, 2020, p. 110),

ma non sempre hanno scelto, o sono stati in grado, di utilizzarli.

I nuovi arrivati sono in alcuni casi giovani pensionati o pre-pensionati che hanno scelto di investire ancora tempo, energie e capitali nell'attivazione/creazione di attività economiche, spesso incentrate sull'arte e la cultura:

⁴ Nel 2019 sono state effettuate 12 interviste semi-strutturate ad italiani e stranieri residenti nella Vallesanta. Solo Sirio Farini (nel testo: SF) – assessore con delega a lavori pubblici, istruzione, politiche sociali, ambiente e agricoltura del Comune di Chiusi della Verna e presidente della Proloco di Corezzo (frazione della Vallesanta) – ha dato l'autorizzazione all'utilizzo del suo nome. Gli altri intervistati hanno scelto di restare anonimi e saranno identificati con nomi di fantasia. Le interviste sono state tutte raccolte in lingua italiana.

Gli intervistati in Francia nel 2019 e 2020, nonché le interviste in Italia dal 2021 hanno autorizzato invece alla divulgazione dei loro dati sensibili.

J'ai été professeur des écoles pendant trente cinq ans dans la région de Bordeaux. Nous avons aussi une maison, une ferme, à une quinzaine de kilomètres d'ici, un peu plus au nord de Murat, avec des cousins. Avec nos familles on y venait en vacances [...]. Lorsque j'ai vu que la librairie ici qui avait été fermée parce que l'ancien propriétaire était parti à la retraite, j'ai dit à mon mari que peut-être j'aurai pu prendre une retraite anticipée pour reprendre la librairie. Et mon mari a été d'accord (Isabelle Guillard)⁵.

La coabitazione tra vecchi e nuovi abitanti non sempre è stata facile, non solo per questioni generazionali ma anche a causa di un evidente *gap* culturale e formativo. Va tuttavia sottolineato che i nuovi abitanti, soprattutto le famiglie di giovani adulti con figli in età scolare, hanno reso necessario mantenere/riattivare un insieme di servizi, non solo scolastici ma anche sociali e assistenziali negli spazi marginali rurali investiti da questi fenomeni: «[...] se c'è da gestire qualche risorsa si fa in modo che vada a quegli abitanti che comunque hanno fatto questa scelta di vita. Va premiata perché, se in una situazione come questa, noi perdevamo la scuola era finita. E abbiamo anche il nido» (SF).

5. La questione ambientale fra il paradigma della lentezza e della decrescita

Le motivazioni migratorie si sono evolute negli ultimi tre decenni: a partire dagli anni 2000, le scelte sono state spesso incentrate sulla ricerca di un ambiente più accogliente e adatto ad uno stile di vita *slow*, sempre in riferimento al paradigma della decrescita (Diestchy, 2015). Il concetto di 'capitale ambientale' come definito dall'équipe di *Géolab*, aiuta ad argomentare tali scelte abitative, così come le loro ricadute nel contesto socio-spaziale investito da questo fenomeno. È definito quale

[...] l'ensemble des investissements dans l'environnement réalisés par les acteurs sociaux, selon leurs représentations et systèmes de valeurs spécifiques, dans le but de satisfaire leurs desseins et intérêt (Tommasi et alii, 2017, p. 8).

Scelte di vita e convinzioni ecologico-ambientali che hanno portato alla creazione di nuovi progetti di valorizzazione socio-ambientale nei territori marginali, spesso strettamente legati alle motivazioni migratorie dei nuovi abitanti. Non sempre tali iniziative hanno avuto successo, come nel caso dell'*Ecovillaggio della Vallesanta* (Bartolini, 2016).

⁵ Intervista raccolta il 11 novembre 2019 alla *Librairie 'Aux Belles Pages'* di Murat (Auvergne).

Il progetto, finanziato dalla Regione Toscana, avrebbe dovuto creare un villaggio per otto famiglie, con un progetto di autocostruzione. Il bando tuttavia

[...] richiedeva a fine rendicontazione tutta una serie di documenti che, sicuramente, se lo fai in autocostruzione, diventa difficile da produrre. Dovevano quindi mettere in mano la costruzione a qualche ditta e venivano fuori dei costi che loro non si potevano permettere (SF).

I partecipanti, malgrado la delusione, hanno comunque effettuato una scelta di vita e non hanno abbandonato il territorio e il progetto. Lo hanno modificato, lo hanno adattato ad una realtà in evoluzione, rispondendo a bandi regionali o comunali, come nel caso dell'adesione alle cooperative di comunità in Toscana:

- la Vallesanta:⁶ «[...] faccio dei turni che mi lasciano mezza giornata per poter continuare con il mio progetto agricolo, di permacultura. Sono ancora in fase sperimentale. Ho delle idee. Poi è nato questo progetto di cooperativa di comunità qui in valle. E quindi si apre una prospettiva che mi ha dato ulteriori stimoli per questo progetto» (Juan).
- la Montagna cortonese:⁷ «Sono presidente di una cooperativa di comunità che gestisce un complesso agricolo forestale regionale, sito natura 2000. Credo che esperienze come le cooperative di comunità siano ottimi esempi replicabili di sviluppo locale e un mezzo per evitare lo spopolamento delle aree interne» (Annalisa Puleo)⁸.

In altri casi, è stato necessario scegliere una formazione continua a seguito di una riconversione professionale. Nuove competenze sono sovente indispensabili per realizzare il proprio progetto di vita in un contesto di *gentrification* rurale:

Je suis revenu au pays pour m'occuper des bois que j'avais achetés et je me suis rendu compte que c'était un vrai métier, dangereux, sourit-il. Un an de formation, ce n'est pas de trop. Quelle que soit l'essence, c'est le même travail. Il faut prendre plus de précautions avec les feuillus, plus cassants (Campo, 2021).

La formazione continua è talvolta accompagnata da una scelta degli enti locali di mantenere alcuni servizi indispensabili per gli abitanti dei contesti rurali e montani. Nel caso

⁶ *Statuto della Comunità della Vallesanta*, Società Cooperativa (manoscritto ufficiale redatto e sottoscritto da notaio), 11 marzo 2019, Corezzo.

⁷ *Statuto della Montagna Cortonese*, Società Cooperativa (manoscritto ufficiale redatto e sottoscritto da notaio), 21 marzo 2019, Arezzo.

⁸ Intervista scritta inviata il 17 aprile 2021.

del Cantal, il piccolo centro di Dienne, ha definito in consiglio comunale le condizioni per mantenere in funzione la locale panetteria. Al bando ufficiale bando ha risposto un giovane in riconversione professionale, ma anche alla ricerca di un contesto rurale in cui riorganizzare la vita familiare:

Originaires de la Meuse, Juliette et Thibault Ricci ont passé plusieurs années en Angleterre puis en Norvège avant de mûrir leur projet de reconversion professionnelle. Un projet qu'ils voulaient réaliser en zone de montagne et rurale, environnement qu'ils souhaitent proposer à leurs enfants, avec un potentiel touristique pour pouvoir vivre de leur activité. Diplômé d'une école d'architecture, Thibault Ricci passe un CAP boulangerie en 2018 et monte un projet de création de boulangerie à l'ancienne, avec du pain pétri à la main. Une activité qu'exerçait déjà son grand-père et qui '*lui tenait à cœur*'. Le couple compte également aménager une ferme pédagogique dans la commune voisine de Lavigerie, activité sur laquelle s'investira Juliette Ricci, qui a travaillé dans le secteur de la petite enfance⁹.

I nuovi abitanti, quasi sempre consapevoli che le sfide partono oggi giorno dalla presentazione di progetti o dall'inserimento in progetti già esistenti, rispondono a queste sfide con coraggio personale e competenza professionale:

Ora c'è una famiglia nuova che ha preso Le Fontine [...] Sono due ragazzi romagnoli [...] adesso stanno facendo un allevamento di bardigiani, che sono una razza di cavalli che vengono dalla zona di Parma. Lui fa sia l'allevatore che l'addestratore. Quindi sella il cavallo e lo vende sellato. Ho parlato con loro, saranno dentro il progetto Life, che è questo progetto della Comunità Europea che prevede il recupero dei prati a pascolo, e nella loro intenzione c'è anche la volontà di metter su anche un piccolo allevamento di bovini (SF).

6. La valorizzazione del locale a partire dall'arte e la cultura

Una delle peculiarità delle aree investite dalle *lifestyle migrations* è il fatto di aver attratto, come già esplicitato altrove (Marengo, 2020), nuovi abitanti il cui livello socio-culturale, e sovente anche quello economico, è sicuramente di livello superiore alla popolazione locale ancora residente in loco. Frédérique Richard considera questo fenomeno al centro dei processi di gentrificazione rurale che che ribadisce essere: «[...] un processus démographique, social et géographique lié à l'implantation de ménages disposant de ca-

⁹ <https://www.hautesterres.fr/un-nouveau-boulangier-pour-la-vallee-de-dienne/>

pitaux économiques et/ou culturels supérieurs à ceux des populations présentes dans les campagnes qu'ils investissent» (2017, p. 5).

Se da un lato questa disparità culturale ha creato non poche frizioni tra vecchi e nuovi abitanti, questi ultimi hanno sovente sovente colto l'occasione per avviare attività culturali oppure hanno trasferito le loro attività precedenti nei nuovi contesti di vita. Non si tratta solo di saper costruire un progetto al fine di ottenere finanziamenti, ma di dar vita a nuovi processi di valorizzazione locale e, in alcuni casi, di accelerazione dei fenomeni di gentrification:

[...] en s'installant dans ces espaces, souvent en raison de l'accessibilité du foncier, ils participent à l'esthétisation, au renforcement de l'attractivité et au renouvellement symbolique de ces lieux. La restauration et la rénovation du bâti, l'ouverture de lieux dédiés à l'art contemporain (galeries, ateliers), leurs 'empreintes' dans les quartiers (graffitis, performances dans les espaces publics) participent à en changer l'image: en ce sens, les artistes peuvent ouvrir de nouveaux fronts de gentrification (Guyout et alii, 2019, p. 691).

Nel caso della ricerca condotta dai colleghi di *Géolab* di Limoges in Inghilterra (aree dei parchi nazionali di Peack District e di Dartmoor) e Francia (Périgord noir e Lubéron), i nuovi abitanti sono per lo più artisti plastici. Nei nostri studi di caso, si tratta sia di artisti plastici che di scrittori in Francia (Bourbonnais e Haute-Loire) e di musicisti ed esperti di arti circensi nel caso italiano (Casentino).

Nel caso del Bourbonnais, gli artisti in questione hanno scoperto il borgo di Charroux¹⁰ in qualità di turisti – classico caso di *amenity migration* – e, solo successivamente, hanno scelto questo contesto dell'Auvergne settentrionale quale luogo di vita e di creazione artistica e letteraria:

Nous avons décidé de tout vendre et acheter ici [...]. Nous sommes jeunes retraités et nous avons investi ce lieu qui est magique pour nous [...] j'ai pu publier ma trilogie de romans et évidemment, si elle a commencé ailleurs elle se termine à Charroux. Mon mari qui est peintre, a pu ouvrir en face de notre maison sa petite galerie d'art (Pascale Veillerot)¹¹.

¹⁰ Charroux fa parte della rete dei *Plus beaux villages de France* che, come per 'I borghi più belli d'Italia', per poter mantenere l'iscrizione sulla lista devono dimostrare di svolgere un insieme di attività socio-culturali ed economiche. Sono numerosi gli artigiani e gli artisti che hanno scelto di vivere in questo piccolo centro del Bourbonnais che si affaccia sulla pianura/faglia della Limagne ed ha una vista sulla Chaîne des Puy dell'Auvergne.

¹¹ Intervista raccolta il 13 novembre 2020 a Charroux.

Nel caso invece della Haute-Loire,

[...] nous avons décidé de venir vivre ici, d'essayer de vivre avec moins mais plus libres. Je voudrais vraiment pouvoir vivre de mon écriture. Ma compagne travaille dans une association à Puy-en-Velay. C'est un choix de vie, une opportunité de vivre dans un projet de décroissance et slow (Antonin Sabot)¹².

Se nel primo caso le motivazioni migratorie possono essere racchiuse in una formula un po' abusata ma efficace come quella del post-turismo, nel caso dello scrittore alverno e della compagna, si tratta di una vera e propria scelta di vita etico-politica. La rete di intellettuali locali, quasi sempre nuovi abitanti, in cui si è introdotto Sabot, dimostra chiaramente che si sta definendo in quest'area dell'Auvergne una vera e propria dinamica di *rural-cultural gentrification* che si esplicita per esempio con la creazione di una libreria autogestita itinerante, *Pieds-de-Biche Marque-Page*¹³, che si occupa sia delle vendite di libri che dell'organizzazione di incontri e dibattiti. Nei due casi alverni, si tratta di veri e propri neo-rurali che si inseriscono in un contesto di gentrification rurale, a vocazione *amenity migration* nel primo caso, incentrato su di un progetto di vita etico-politico-ambientale nel secondo caso.

Per quel che riguarda la Vallesanta aretina, la casistica è più complessa. Gli artisti-nuovi abitanti in questione sono prevalentemente Tedeschi che hanno scelto nel corso degli anni Ottanta di vivere in un contesto montano marginale per scelta di vita e per motivazioni politico-ambientali (Marengo, 2020).

Il più conosciuto ed apprezzato anche dagli 'indigeni', è Hans Siedl:

[...] è stato uno dei primi, si è integrato subito e ha capito subito come funzionava anche il contatto con la gente. Perché comunque negli anni la Vallesanta è rimasta un po' una valle chiusa e quindi la gente all'inizio era poco propensa al nuovo, al cittadino. E invece lui ha saputo creare le condizioni per creare dei rapporti al di là [...]. È l'autista del pulmino della scuola. È lui che ha rimesso su la tradizione del *Cinceri* che è quella di carnevale, che fa il *Cantamaggio* con i ragazzi della scuola, e tanti altri progettini insieme alle maestre. Le interviste dei nonni, l'orto, il frutteto. Sono tutte cose che fanno con lui (SF).

¹² Giornalista in sabbatico e romanziere. Ha vinto nel 2020 il premio *Anglade Premier Roman* con il romanzo *Nous sommes les chardons*. Cresciuto tra la Haute-Loire e Saint-Etienne, ha vissuto a lungo a Parigi come giornalista d'inchiesta per *Le Monde*. Ha scelto con la sua famiglia di tornare a vivere nella Haute-Loire dove vive in una parte della casa della famiglia paterna. Intervista raccolta il 10 novembre 2020 a Clermont-Ferrand.

¹³ https://www.gralon.net/mairies-france/haute-loire/association-pied-de-biche-merque-page-mezeres_W432004446.htm

Successivamente ha potuto sviluppare altre attività, incentrate sull'arte circense, diventando il direttore della locale scuola di circo:

[...] che ormai da qualche anno fa fisso qui. E noi mettiamo tutto a disposizione. Monta il tendone lì dietro alla scuola, poi utilizza la struttura della proloco per farci le attività e poi dopo tutti i giorni fanno lo spettacolo con i bambini (SF).

Il *Circo dei Zuzzerelloni* è diventato un evento centrale nelle attività del borgo di Corezzo. La locale Proloco dichiara sul suo sito:

Ogni estate, dal 1998, rinasce questo grande raduno libero e autogestito di artisti e musicisti: decine e decine di saltimbanchi, suonatori girovaghi pagliacci, giocolieri, acrobati, prestigiatori, funamboli, mangiafuoco, buffoni, ballerine, mimi, musicanti – grandi e piccoli, professionisti e dilettanti appassionati – arrivano da ogni dove, dando luogo – e vita! – a una sorta di 'caravanserraglio' temporaneo¹⁴.

Il nuovo abitante, per di più straniero, è divenuto una sorta di ambasciatore della cultura locale e, nel contempo, ha potuto avviare altre attività ludico-artistiche riconosciute non solo dai decisori locali ma dall'insieme della popolazione del Casentino.

Altro esempio sempre nella Vallesanta, di un'altra coppia di nuovi abitanti, sempre Tedeschi, che hanno incentrato le loro attività sull'agricoltura e la creazione di un agriturismo, valorizzando tuttavia le loro competenze musicali, creando gruppi musicali o entrando a far parte di altri già esistenti, organizzando corsi e eventi nella loro proprietà¹⁵:

Hanno fatto anche loro una bella cosa. Negli anni hanno rivalorizzato tutti gli ambienti, hanno creato questo salone immenso dove fanno queste attività legate alla musica e uno dei figli di Renate ha messo, Gregor, su anche una piccola aziendina che si chiama *I frutti di Senia*, che fanno tutti i trasformati con roba locale (SF).

Altri nuovi abitanti posseggono competenze artistiche che non utilizzano a meri fini artistici, ma prevalentemente artigianali ad integrazione del reddito:

¹⁴ <https://www.corezzo.it/calendario-eventi/>

¹⁵ Si tratta di Renate Titze e Andreas Petermann che gestiscono l'agriturismo 'Il Doccione': <http://turistico.comune.chiusi-della-verna.ar.it/dettagli.aspx?c=6&sc=8&ssc=31&cid=16&tbl=attivita>.

Hanno creato un gruppo musicale, Vallesanta Korde che è alla base delle loro attività musicali in Vallesanta ma anche all'estero, in particolare in Germania: <http://www.vallesantacorde.net/kontakt/>

Da qualche anno Andreas Peterman è entrato a far parte del gruppo musicale 'La Casa del Vento', gruppo combat-folk aretino nato negli anni Novanta.

[...] sono anche uno scultore di pietra. È stato il primo lavoro che ho fatto quando sono venuto in Italia. Quando sono arrivato avevo 19 anni. Ho iniziato a lavorare che avevo quasi vent'anni. [...] Questo a Modica, in provincia di Ragusa. Io sono venuto qui in Italia con mio padre [...]. Ho conosciuto quello che è la lavorazione della pietra, il barocco siciliano. Quindi mi è nata la curiosità di lavorare questo calcare tenero. E poi con il tempo mi è capitato di vendere qualche pezzo. Per conto mio e poi anche con chi mi faceva lavorare. Ho partecipato poi a dei restauri nella zona siciliana e poi anche a Venezia, cinque capitelli e ripristinato delle cornici di finestre [...] Ho cominciato a lavorare il marmo. Faccio sempre dei piccoli mortai che andiamo a vendere alla Fierucola a Firenze. Poi mia moglie invece lavora la lana. Fa bamboline con la lana, con la lana cardata. [...] In tutti questi anni da quando siamo in Vallesanta partecipiamo alla Fierucola con il nostro artigianato. Un modo anche per crearci un'economia, che integra il nostro reddito (Juan).

7. Conclusioni: le lifestyle migrations la declinazione 'occidentale' del buen vivir

Le riflessioni ed analisi di questo saggio hanno chiaramente messo in evidenza quanto le persone, nel Nord come nel Sud del mondo, stiano dando vita a nuovi fenomeni migratori ed abitativi sempre più lontani dai modelli della modernizzazione. Progetti di mobilità volti alla ricerca di una qualità della vita meno legata al paradigma capitalistico. Si tratta di nuovi abitanti insediatisi in aree prevalentemente periferiche del nostro Pianeta, spesso marginali e quasi sempre a dominanza rurale. Il fenomeno, nato ed affermatosi negli ultimi trent'anni del XX secolo, si è sviluppato 'in sordina', senza grandi numeri, ma con una continuità che ha finito per renderlo visibile ed imporlo dall'inizio degli anni Duemila.

Negli ultimi lustri, il ripopolamento delle aree marginali ha permesso di attivare un insieme di processi e di politiche in questi territori. Essi si declinano dai punti di vista:

- socio-economico: creazione/riattivazione di attività economiche locali con creazione di posti di lavoro, ricostruzione delle reti sociali locali, potenziamento dei servizi sociali ed educativi nei territori marginali,
- ecologico-ambientale: legato alle politiche di tutela e valorizzazione degli ambienti naturali (parchi, aree protette; agricoltura/allevamento biologici) ma anche alla crisi ambientale e climatica contemporanea,
- artistico-culturale: recupero-tutela-valorizzazione delle risorse culturali endogene, ma anche sviluppo di nuove attività culturali e artistiche nei territori investiti da questi fenomeni.

Si tratta di politiche e processi incentrati sulle questioni di sostenibilità, a volte in maniera esplicita, in altri casi sotto traccia. L'insieme di queste dinamiche si avvicinano al paradigma economico-ambientale del *buen vivir*, alquanto diffuso in America latina, tanto da essere stato introdotto all'interno della costituzione dell'Ecuador. Come scrive Luisa Carbone, il paradigma in oggetto «[...] rifiuta il modello capitalista e il consumismo per affrontare il numero crescente di 'crisi' – climatica, ambientale, sociale, economica, energetica – che sta investendo la nostra terra» (2019, p. 1568). Tale paradigma costituisce la sintesi dello sviluppo locale endogeno, le dinamiche legate alla decrescita e ai modi di vita *slow*, scelte che tutti i testimoni intervistati in Italia e in Francia hanno rivendicato con forza. Questi ultimi, nei contesti di vita da loro scelti, devono talvolta far fronte a difficoltà spesso legate ancora al capitalismo e alla modernizzazione, così radicati da richiedere una lunga fase di transizione verso altri progetti di vita individuali, nonché altri processi di sviluppo locale endogeno.

Bibliografia

Bartolini D., «L'Ecovillaggio della Vallesanta si presenta», <http://casentino.checambia.org/articolo/ecovillaggio-vallesanta-si-presenta/>, 2016.

Basile E., Romano D., «Lo sviluppo rurale in Italia: metodologie di analisi, politiche economiche, problemi aperti», in Basile E., Romano D. (eds.), *Sviluppo rurale: società, territorio, impresa*, Milano, FrancoAngeli, 2002.

Benson M., «Lifestyle Migration: From the State of the Art to the Future of the Field», in *Two Homelands*, 2015, n. 42, pp. 9-22.

Benson M., O'Reilly K., «From lifestyle migration to lifestyle in migration: Categories, concepts and ways of thinking», in *Migration Studies*, n. 1, 2016, pp. 20-37.

Berry B., «The counterurbanization process: Urban America since 1970», in Berry B. (ed.) *Urbanization and Counterurbanization*, Beverly Hills, Sage, 1976, pp. 17-30.

Berti G., Brunori G., Guarino A., «Aree rurali e configurazione turistiche», in Cinti D. (ed.), *Turismo rurale e progetto di paesaggio. La Valtiberina Toscana per un turismo naturale e culturale sostenibile*, Firenze, Alinea, 2010 pp. 63-77.

Campo P., «*Sylviculture*. Dans les pas de deux bûcherons au cœur du haut Livradois (Puy-de-Dôme)», in *La Montagne*, 19/04/2021 (https://www.lamontagne.fr/vernet-chameane-63580/actualites/dans-les-pas-de-deux-bucherons-au-cur-du-haut-livradois-puy-de-dome_13938950/)

Carbone L., «Storytelling del buen vivir: una nuova etica per la montagna», in Salvatori F. (ed.), *Atti XXXII Congresso Geografico Italiano*, A.Ge.I., Roma, 2019, pp. 1567-1572.

Champion, T. (2001). «Urbanization, suburbanization, counterurbanization and reurbanization», in Paddison R. (ed.), *Handbook of urban studies*, London, Sage, 2001, pp. 143-161.

Champion, T., «Counterurbanization in Britain», in *The Geographical Journal*, n. 1, 1989, pp. 52-59.

Carli A., Jelen I., «Paesaggi, risorse naturali e patrimonio etnografico: strategie di sviluppo per le valli delle Alpi Giulie», in *Geotema*, n. 49, 2015, pp. 55-61.

Cognard F., *Migrations d'agrément et nouveaux habitants dans les moyennes montagnes françaises: de la recomposition sociale au développement territorial. L'exemple du Diois, du Morvan et du Séronais*, Thèse de doctorat, Université de Clermont Ferrand, 2010.

Corrado F. (ed.), *Ri-abitare le Alpi. Nuovi abitanti e politiche di sviluppo*, Genova, Eidon edizioni, 2010.

Corrado F., «Abitare nei territori alpini di oggi: nuovi paradossi e l'esigenza di politiche abitative innovative», in *Scienze del territorio*, n. 4, 2016, pp. 67-74.

Czesław A., Pitkänen K., Lehtonen O., «Seasonal residence and counterurbanization: the role of second homes in population redistribution in Finland», in *GeoJournal*, n. 82, 2017, pp. 1035-1050.

del Valle Ramos C., «Los nuevos moradores del mundo rural: neorrurales en tiempos de despoblación en Andalucía», in *Perspectives on rural development*, n. 3, 2019, pp. 177-206.

Dematteis G. (ed.), *Montanari per caso*, Milano, FrancoAngeli, 2011.

Diestchy M., «Tensions et compromis dans les valeurs spatiales du *slow*», in *Carnets de géographes – Géographie(s) de la lenteur*, n. 8, 2015, <https://journals.openedition.org/cdg/291?lang=en>

Guyot S., Méténier M., Tommasi G., «Les artistes dans la gentrification rurale», in *ACME: An International Journal for Critical Geographies*, n. 3, 2019, pp. 688-723.

Halbach D., «Gesucht: Selbstversorger mit Selbst Die Lektion der Aussteiger-Erfahrungen von Dieter Halbach» Oya on-line, 06/2011, <https://lesen.oya-online.de/texte/249-gesucht-selbstversorger-mit-selbst.html>.

Halfacree K., «To revitalise counterurbanisation research? Recognising an international and fuller picture», in *Population, Space and Place*, n. 6, 2008, pp. 479-495.

Halfacree K., «Heterolocal identities? Counter-urbanisation, second homes, and rural consumption in the era of mobilities», in *Population, Space and Place*, n. 2, 2012, pp. 209-224.

Iacoponi L., «La sfida della moderna ruralità: sviluppo rurale, ambiente e territorio», in Regazzi D. (ed.), *L'agricoltura italiana tra prospettiva mediterranea e continentale*, Napoli, Officine Grafiche Grafitalia, 1998.

Latouche D., *La scommessa della decrescita*, Milano, Feltrinelli, 2014.

Marengo M. «Dalla concentrazione alla deconcentrazione: riflessioni critico-bibliografiche sulla crisi dell'urbanizzazione nei Paesi Occidentali e in Italia», in Scaramellini G. (ed.), *Città e poli metropolitani in Italia*, Milano, FrancoAngeli, 1991, pp. 51-69.

Marengo M., «Diversamente migranti: il ruolo delle *lifestyle migration* nelle dinamiche di *gentrification* rurale contemporanee. Il caso della Vallesanta (Casentino)», in *Geotema*, n. 61, 2020, pp. 106-114.

Marengo M., «La costruzione letteraria del Massiccio Centrale: identità in progress fra tradizione e post-ruralità», in *Geotema*, 2021, in stampa.

Marengo M., *Les trajectoires migratoires: entre flux, filières et mythes*, Thèse de Doctorat, Lausanne, Univ. de Lausanne - Faculté des Lettres, Travaux et Recherches, Institut de Géographie, Univ. de Lausanne, n. 21, 2001.

Marengo M., Rossi A., «Les cartes de communauté dans le Casentino (Italie): entre cartographie participative et redéfinition d'une identité collective», in Fournier M., Troin F. (eds.), *Cartographie des parcours. Voyager, représenter et mobiliser*, Clermont-Ferrand Presses Univ. Blaise Pascal, Coll. Territoire-4, 2021, pp. 263-280.

Membretti A., Iancu B. «Dai contadini operai agli amenity migrants. L'eredità del socialismo e il futuro del ruralismo montano in Romania», in *Journal of Alpine Research/Revue de géographie alpine*, n. 1, 2017 - URL: <http://rga.revues.org/3594>.

Membretti A., «La giusta distanza», in *Dislivelli*, n. 7- 29 luglio 2021 - <http://www.dislivelli.eu/blog/la-giusta-distanza.html>.

Méndez M.J., «Una tipología de los nuevos habitantes del campo: aportes para el estudio del fenómeno neorrural a partir del caso de Manzales (Colombia)», in *Revista de Economía e Sociología Rural*, n. 51, 2013, pp. 31-48.

Mitchell Clare J.A., «Making sense of counterurbanization», in *Journal of Rural Studies* n. 1, 2004, pp. 15-34.

Moss L.A.G. (ed.), *The Amenity Migrants: Seeking and sustaining Mountains and their Cultures*, Wallingford, CAB International, 2006.

Nefedova T., Pokrovskii N.A., «Urbanization, Counterurbanization, and Rural-Urban Communities Facing Growing Horizontal Mobility», in *Sociological Research*, n. 55, 2016, pp. 195-210.

Nefedova T., Pokrovskii N., Treivish A., «Urbanization, Counterurbanization, and Rural-Urban Communities Facing Growing Horizontal Mobility», in *Sociological Research*, n. 3, 2016, pp. 195-210.

Nelson P., «Spatial and temporal scale in comparative approaches to rural gentrification», in *Dialogues in Human Geography*, n. 8, 2018, pp. 42-48.

Paniagua A., «Counterurbanisation and New Social Class in Rural Spain: The Environmental and Rural Dimension Revisited», in *Scottish Geographical Journal*, n. 118, 2002, pp. 1-18.

Parsons D., *Rural Gentrification. Geography-Research Paper N. 3*, Brighton, University of Sussex, 1980.

Pérez J.A., Sánchez-Oro M., García Y., *Turistas «paisanos», retornados y mayores: tres categorías a tener en cuenta en el futuro de las comunidades rurales*, Cáceres, Universidad de Extremadura, 2013.

Perrin C., Randelli F., «Aree rurali e residenti stranieri. Un confronto fra Chianti e campagne francesi», in *Rivista Geografica Italiana*, n. 1, 2007, pp. 67-92.

Phillips M., «Counterurbanisation and rural gentrification», in *Population Space and Place*, n. 16, 2010, pp. 539-558.

Plard M., Vuaillet F., «Note de recherche – Migrer pour se réaliser. Paroles de retraités français installés en Algarve», in *Sud-Ouest européen*, n. 46, 2018, pp. 119-129.

Richard F., Tommasi G., Saumon G., «Le capital environnemental, nouvelle clé d'interprétation de la gentrification rurale?», in *Norois*, n. 243, 2017, pp. 89-110.

Richard F., *La gentrification rurale, de l'observation du fait géographique à la circulation du concept*, Habilitation à Diriger des Recherches, Limoges, Université de Limoges, 2017.

Rivera M.J., «La neorruralidad y sus significados. El caso de Navarra», in *Revista Internacional de Sociología*, n. 2, 2009, pp. 413-433.

Rouvière C., *Retourner à la terre: l'utopie néo-rurale en Ardèche depuis les années 1960*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2015.

Sayadi S., Bertuglia A., Parra C., Guarino A., «Ciudad versus campo: el papel de los neorrurales en el desarrollo rural sostenible de la comarca de la Alpujarra», Serie *Informes* 10-1, *CEDDAR (Centro de Estudios sobre la Despoblación y Desarrollo de Áreas Rurales)*, n. 16, 2010 - <http://www.ceddar.org>

Senese D., Randelli F., Hull J.S., «The Role of Terroir in Tourism Led Amenity Migration: Contrasting Effects in Tuscany and the Okanagan Valley of British Columbia», 2016 - https://www.researchgate.net/publication/306959968_The_Role_of_Terroir_in_Tourism_Led_Amenity_Migration_Contrasting_Effects_in_Tuscany_and_the_Okanagan_Valley_of_British_Columbia

Statuto della Comunità della Vallesanta, Società Cooperativa (manoscritto), 11 marzo 2019, Corezzo-Chiusi della Verna (AR).

Statuto della Montagna Cortonese, Società Cooperativa (manoscritto), 21 marzo 2019, Arezzo.

Steinicke E., Čede P., Löffler R., Jelen I., «Newcomers nelle regioni periferiche delle Alpi. Il caso dell'area di confine tra Italia e Slovenia nelle Alpi Giulie», in *Rivista Geografica Italiana*, n. 1, 2014, pp. 1-20.

Tommasi G., Frederic Richard F., Saumon G., «Introduction - Le capital environnemental pour penser les dynamiques socio-environnementales des espaces emblématiques», in *Norois*, n. 243, 2017, pp. 7-15.

Torkington K., «Defining Lifestyle Migration», in *Dos Algarves*, n. 19, 2010, pp. 99-111.

Torkington, K., David I., Sardinha J. (eds.), *Practising the Good Life. Lifestyle Migration in Practices*, Newcastle, Cambridge Scholars Publishing, 2015.

Sitografia

https://www.ilsole24ore.com/art/pensioni-flat-tax-7percento-nove-anni-e-anche-italiani-che-rientrano-sud-ACIkspQ?refresh_ce=1

<https://www.hautesterres.fr/un-nouveau-boulangier-pour-la-vallee-de-dienne/>
https://www.gralon.net/mairies-france/haute-loire/association-pied-de-biche-merque-pa-ge-mezeres_W432004446.htm
<https://www.corezzo.it/calendario-eventi/>
<http://turistico.comune.chiusi-della-verna.ar.it/dettagli.aspx?c=6&sc=8&ssc=31&i-d=16&tbl=attivita>
<http://www.vallesantacorde.net/kontakt/>

Verso il turismo sostenibile. Un quadro interpretativo

Tiziana Banini

1. Introduzione

Forse nessun altro ambito di attività umana è in grado di generare impatti tanto complessi e controversi quanto il turismo tradizionalmente inteso: costituisce principale entrata economica per molti territori, genera occupazione, alimenta filiere di indotto, coinvolge professionalità e percorsi formativi diversi, connota paesaggi e luoghi, crea immagini e immaginari collettivi, ma implica anche notevoli conseguenze negative sui territori di approdo, sia per l'aumento del carico antropico e di ciò che ne consegue in termini di consumo di risorse, produzione di rifiuti e alterazione degli equilibri ecosistemici, sia sotto il profilo sociale e culturale, spettacolarizzando e mercificando patrimoni e tradizioni culturali, soprattutto nelle aree del cosiddetto Sud del mondo. Turismo convenzionale equivale inoltre a movimento imponente di merci e persone tramite mezzi di trasporto ovvero a consumo di carburante e aumento delle emissioni di gas serra su scala globale.

Inevitabile, dunque, che la crescente attenzione internazionale verso la sostenibilità accendesse i riflettori proprio su questo comparto; non a caso, il turismo ha adottato fin da subito l'etichetta 'sostenibile', la cui comparsa risale almeno a tre decenni fa (Liu, 2003; Buckey, 2012). Da allora, attorno al concetto di turismo sostenibile è fiorita una nutrita letteratura scientifica, proveniente da più ambiti disciplinari, che ha evidenziato la molteplicità dei modi di intendere la sostenibilità del turismo e la necessità di arrivare a definizioni e modalità operative condivise (Saarinen, 2006 e 2014; Hashemkhani, Zolfani et alii, 2015). A partire dal Rapporto Brundtland (WCED, 1987) e dall'Earth Summit di Rio de Janeiro (1992), anche sul piano istituzionale si è registrata un'intensa attività volta a definire in termini teorici e pratici il turismo sostenibile; tuttavia, a distanza di molti anni, tale espressione resta pervasa da interrogativi e perplessità.

Partendo dal presupposto che il turismo sostenibile abbia una chiara radice territoriale e in quanto tale debba essere concepito in un progetto integrato di sviluppo su base contestualizzata, multidimensionale e partecipativa, questo contributo, dopo aver richiamato alcuni aspetti emersi dal dibattito scientifico interdisciplinare sul tema, intende proporre un quadro di riferimento utile per discernere le declinazioni di turismo praticate su scala locale e le direzioni verso cui incamminarsi per la piena sostenibilità del settore.

2. *Tra ossimori e retoriche*

Il turismo sostenibile presenta innanzi tutto un problema di ordine terminologico e definitorio, perché nel corso del tempo sono fiorite diverse declinazioni di significato. Ecoturismo, low-impact tourism, soft tourism, alternative tourism, community-based tourism, green tourism, responsible tourism sono davvero sinonimi di turismo sostenibile? Cosa differenzia una pratica turistica sostenibile da una che non lo è? Esiste un limite, anche numerico, ai flussi del turismo sostenibile? La definizione di ecoturismo contenuta nella *Québec Declaration on Ecotourism*, ad esempio, fa esplicito riferimento al fatto che esso «si presta meglio [ad essere praticato da] viaggiatori indipendenti o tour organizzati per gruppi di piccole dimensioni» (WTO, 2002, p. 1). Ma quante iniziative si celano sotto l'etichetta 'ecoturismo' senza rispettare tale indicazione, configurandosi come una mera forma 'verde' di turismo di massa?

L'intero comparto, inoltre, è intriso di contraddizioni e retoriche. Recenti sondaggi effettuati presso gli operatori del settore hanno rilevato che spesso si confonde il turismo sostenibile con il turismo naturalistico, come se tutto ciò che si fa all'aperto, immersi nella natura fosse automaticamente sostenibile; inoltre, dagli stessi sondaggi, è emerso che non si ha minima idea di cosa significhi e cosa comporti fare turismo sostenibile (Pecoraro Scania, 2016). Peggio ancora, non si considera che in ambienti vulnerabili la presenza umana può generare alterazioni non reversibili, per lo meno non in tempi contenuti. L'amore per la natura, in tal senso, forse dovrebbe esprimersi nell'evitare di frequentare gli ecosistemi sensibili anziché privilegiare l'appropriazione di essi sotto forma di vissuti soggettivi (vedi il caso degli escursionisti che si inerpicano tra le vette dell'Himalaya, fanno immersioni nella barriera corallina o si inoltrano nelle zone umide di rilevanza internazionale).

Il problema è che la locuzione 'turismo sostenibile', al pari di 'sviluppo sostenibile' e di tutti i termini che utilizzano il prefisso eco-, detiene un forte *appeal* comunicativo, poiché restituisce con immediatezza l'idea di qualcosa di giusto e buono da perseguire. Il successo di tali espressioni sta proprio nel contenuto indefinito e intrinsecamente propagandistico in esse incorporato, cosicché ognuno ci può vedere ciò che vuole: l'imprenditore, il politico, l'ambientalista, anche il turista che così si sente a posto con la propria coscienza

(Butler, 1999). In realtà, tali termini indicano il risultato atteso, ma non il processo posto in atto per raggiungerlo; per questo, 'turismo sostenibile' è stato da molti inteso come un'ideologia, una prospettiva, un punto di vista, nella migliore delle ipotesi come una direzione verso cui tendere.

Il modo di concepire il turismo sostenibile è profondamente cambiato nel corso del tempo, a seconda del contesto sociale e politico di ciascuna epoca, anche prima che lo sviluppo sostenibile si affermasse come modello di riferimento transcalare (dell'Agnese, 2018). A partire dagli anni Novanta dello scorso secolo, in particolare, si è realizzato un passaggio fondamentale: il turismo sostenibile non è stato più concepito come antitesi del turismo di massa, ma come obiettivo trasversale a tutti i tipi di turismo, da quello riconducibile a multinazionali e global tour operator, a quello organizzato e gestito a livello locale (Clarke, 1997). In questa prospettiva, il turismo sostenibile non sarebbe un tipo di turismo, ma l'unico modo per fare un turismo compatibile con la salvaguardia dei patrimoni ambientali e culturali che, peraltro, sono alla radice dell'attrattività delle destinazioni (Pecoraro Scanio, 2016).

La scala di azione delle imprese turistiche ovvero la loro dimensione in termini di capitali investiti, addetti e profitti generati, tuttavia, incide sul perseguimento degli obiettivi di sostenibilità. Il turismo internazionale è infatti dominato dai paesi economicamente avanzati sia in ordine alla provenienza (e alla soddisfazione delle aspettative) dei turisti, sia perché i tre principali comparti che concorrono alla configurazione dell'offerta turistica (marketing, trasporti, cibo e alloggio) fanno capo in prevalenza a reti globali di proprietà occidentale integrate verticalmente (Sharpley, 2000). In tale situazione, le comunità locali hanno poca possibilità di controllo sulle proprie risorse e scarso ritorno economico dalle attività turistiche, considerando che gran parte dei guadagni non resta nei loro territori. Emblematico è il caso dei tanti contesti del sottosviluppo ove il turismo è diffuso in modo puntiforme o per segmenti lineari, dando vita a delle vere e proprie eterotopie rispetto ai territori circostanti. In tal senso, la struttura e il modello organizzativo del turismo internazionale rischia di rinforzare anziché diminuire le disegualianze socio-economiche tra Nord e Sud del mondo.

I numeri in crescita dei flussi turistici internazionali impongono una seria riflessione e adeguate risposte in termini politico-istituzionali. Su scala globale, gli arrivi turistici, vale a dire il numero di clienti ospitati nelle strutture ricettive, hanno raggiunto nel 2019 quasi 1,5 miliardi, registrando una crescita dal 1990 pari al 235,6%, con un ritorno economico di circa 1,5 miliardi di dollari (Fig. 1). La maggior parte dei flussi è motivata dallo svago e dalla vacanza (55%), seguita da motivi religiosi, familiari, di salute (28%) e da quelli lavorativi (11%) (WTO, 2021). Per quanto riguarda il mezzo di trasporto, il 59% dei turisti in arrivo ha utilizzato l'aereo e il 35% quello su strada (Fig. 2). Sempre nel 2019, l'Europa rappresentava il 51% degli arrivi turi-

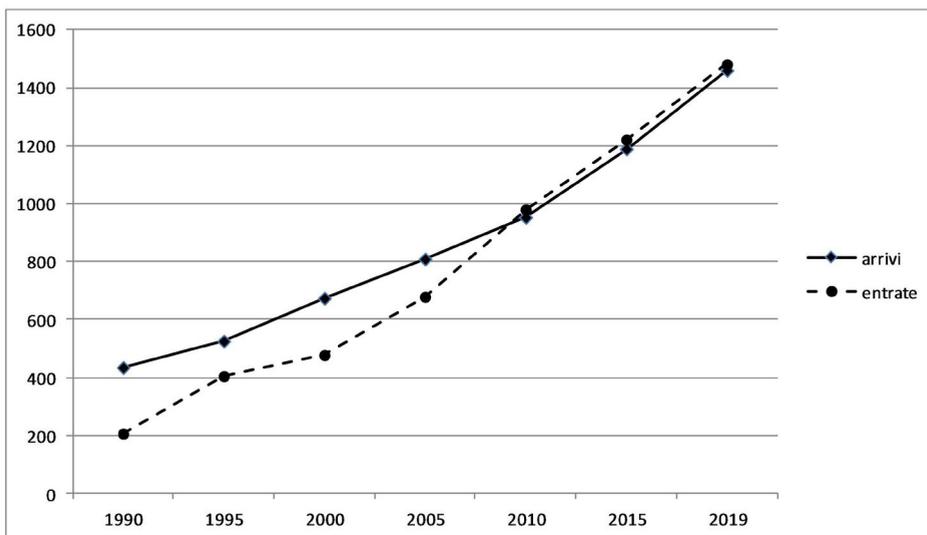


Figura n. 1
Arrivi turistici internazionali (milioni) e relative entrate economiche (miliardi di dollari) su scala globale, 1990-2019
 fonte: elaborazione su dati WTO (2010; 2021)

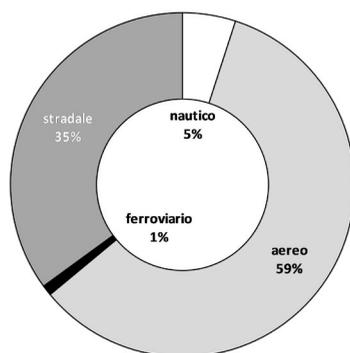


Figura n. 2
Arrivi turistici su scala globale per modalità di trasporto, 2019
 fonte: elaborazione su dati WTO (2021)

stici globali; l'Italia si collocava al quinto posto, con 65 milioni di visitatori (ibidem).

Lo stop forzato dovuto alla pandemia da Covid-19, che ha inciso profondamente sul settore, è ritenuto da molti come un'occasione e un ulteriore motivo per ripensare l'intero comparto (Gossling, 2021; Palacio-Florencio et alii, 2021). Il fatto è che il settore turistico non solo è multidimensionale per eccellenza, come sopra specificato, ma anche multiforme, perché molte sono le tipologie di offerta turistica coinvolte (dagli hotel super lusso agli affittacamere), con relative differenti esigenze e finalità che richiedono approcci

e soluzioni specifiche. L'approccio multidisciplinare assume dunque rilevanza fondamentale non solo per mettere a fuoco le articolate connotazioni del turismo contemporaneo e per comprendere le molteplici implicazioni che esse recano con sé (Gavinelli, Zanolin, 2019), ma anche perché il turismo, proprio a motivo della sua estrema complessità e capacità di incidenza su una miriade di attività umane, può essere considerato come settore strategico nel perseguimento degli obiettivi di sostenibilità.

3. Definizioni e interrogativi aperti

Partendo dalla definizione di sviluppo sostenibile come processo orientato a gestire i cambiamenti che innescano un miglioramento delle condizioni di vita di tutti gli attori umani e non-umani implicati, il turismo sostenibile è stato spesso interpretato in termini generalisti, cioè come qualsiasi tipo di turismo che sia compatibile con (o che contribuisca allo) sviluppo sostenibile (Hardy, Beeton, Pearson, 2002; Liu, 2003).

Non molto diversa è la posizione della World Tourism Organization che definisce il turismo sostenibile come un «turismo che tiene pienamente conto dei suoi impatti economici, sociali e ambientali attuali e futuri, rispondendo alle esigenze dei visitatori, delle imprese, dell'ambiente e delle comunità ospitanti» (UNEP-WTO, 2005, p. 12). L'obiettivo del turismo sostenibile consisterebbe quindi nel trovare un equilibrio tra la tutela degli ecosistemi e del patrimonio culturale, così come nel garantire giustizia sociale, benefici economici e miglioramento del tenore di vita nei territori ospitanti, sia a breve che a lungo termine, attribuendo particolare enfasi all'equità intragenerazionale e intergenerazionale (Hashemkhani Zolfani et alii, 2015). Già nella Carta di Lanzarote (1995), documento finale della prima Conferenza Mondiale sul Turismo Sostenibile, del resto, si faceva riferimento ad un turismo ecologicamente sostenibile nel lungo periodo, economicamente conveniente, nonché eticamente e socialmente equo nei riguardi delle comunità locali.

Così formulato, il turismo sostenibile è stato criticato per diversi motivi: l'assenza di riferimenti concreti su come valutare i progressi raggiunti, anche sul piano dei bisogni dei gruppi sociali dei territori di approdo, posto che i loro bisogni possano essere configgenti (Butler, 1999); la mancanza di un quadro complesso in cui inserire il turismo anziché considerarlo in termini settoriali e orientato principalmente alla crescita economica (Lu, Nepal, 2009); la mancata enfasi sulle questioni dell'equità sociale, economica e decisionale (Bramwell et alii, 2017); la scarsa attenzione posta ai diversi interessi economici e politici in gioco tra i vari attori del settore ovvero alle diverse capacità di *agency* (Lu, Nepal, 2009). È stato contestato anche il fatto che uno degli obiettivi del turismo sostenibile sia

il miglioramento della qualità della vita delle comunità locali, senza chiarire in che modo questo dovrebbe avvenire (Sharpley, 2000).

Sotto il profilo più strettamente ambientale, resta l'interrogativo di trovare indicatori adeguati a valutare gli impatti del turismo, anche alla luce del fatto che, come ben noto, i confini ecosistemici quasi mai coincidono con quelli politico-amministrativi, con tutte le complicazioni decisionali che ne conseguono. Il concetto di limite, ad esempio, è stato ampiamente trattato nelle ricerche sul turismo (Chakraborty, 2021), in base alla considerazione che la sostenibilità in questo settore possa essere perseguita solo ponendo dei limiti, per l'appunto, ai flussi turistici nelle singole destinazioni.

A tal proposito, diversi studi hanno evidenziato come la *carrying capacity* presenti una serie di questioni non facili da risolvere quando applicata al turismo, sia per la complessità e variabilità temporale delle componenti umane e non umane implicate (Saarinen, 2006 e 2014), sia perché sarebbe complicato mettere a punto un sistema di controllo per verificare che le soglie ammesse siano rispettate (Butler, 1997). In compenso, già da molto tempo sono disponibili framework di riferimento e set di indicatori, quali il Limits of Acceptable Change (LAC), Visitor Impact Management (VIM), Visitor Experience and Resource Protection (VERP) e il Tourism Optimisation Management Model (TOMM) (Liu, 2003).

Le critiche non hanno risparmiato la stessa ricerca scientifica sul turismo sostenibile, per l'assenza di proposte di azione concrete e alternative alle impasse politico-istituzionali (Boluk, Cavaliere, Higgins-Desbiolles, 2019). Più in generale, è stato contestato il fatto che sebbene il turismo presenti strette connessioni e aree di reciproco interesse con lo sviluppo sostenibile, esso ha una propria agenda specifica che potrebbe agire persino contro lo sviluppo sostenibile (Hunter, 1995); di conseguenza tutti gli approcci che assumono un atteggiamento *tourism-centric* sono ritenuti inopportuni (Saarinen, 2006). Al contrario, posto che il turismo coinvolga diversi settori e filiere produttive, riferibili a più scale geografiche e contesti territoriali, si ritiene che solo quando tutti i comparti coinvolti implementeranno usi sostenibili delle risorse sarà possibile parlare di turismo sostenibile (Sharpley, 2000).

4. Dal dove al come

«Oggi il turista sceglie prima di tutto cosa vuole fare e poi la destinazione» (Maeran, 2015, p. 51), anche perché l'offerta turistica si è articolata e disaggregata ovunque in una miriade di attività, promosse e organizzate da una pletera di associazioni, organizzazioni ed enti territoriali, con o senza l'intervento di attori privati. In Italia, ad esempio, si con-

tano almeno un centinaio di offerte turistiche (enogastronomia, relax/SPA, sport, avventura estrema, eventi culturali, ecc.) che recano l'etichetta di turismo 'sostenibile', 'responsabile' o 'ecologico', gestite da almeno 70 operatori (Grottanelli de' Santi, 2014). Di fatto, si è passati dal turismo del *dove* ai turismi del *perché*, imponendo cambiamenti rilevanti per l'intero settore (Desinano, Fiorucci, 2018); tuttavia, ai fini della sostenibilità, assume rilievo soprattutto il *come*.

Proprio perché l'etichetta 'sostenibile' è diventata nel tempo virale, quasi fosse un aggettivo inevitabile da aggiungere a qualsivoglia iniziativa economica o sociale, è a maggior ragione necessario specificare cosa si intenda per turismo sostenibile, quali caratteristiche debba avere, quali attori debba coinvolgere, quali pratiche implichi, come debba organizzato, con quale idea di territorio, ambiente e società locale. In assenza di tali specificazioni, c'è il rischio che il turismo sostenibile si configuri come ennesima strategia del capitalismo, mantenendo l'imperativo della crescita continua e facendo solo apparente riferimento alla limitatezza delle risorse naturali e alle questioni dell'equità sociale (Fletcher, 2011). Per affrontare il tema del turismo sostenibile nell'ottica della giustizia ambientale e sociale è quindi necessario impegnarsi ulteriormente nella lettura in chiave critica dei processi di globalizzazione, del capitalismo maturo e delle logiche di potere consolidate ed emergenti (Aitchison, 2006; Bianchi, 2009).

Alcuni studiosi, invece, ritengono che l'espressione 'turismo sostenibile' sia troppo vaga e abusata per continuare ad essere utilizzata, proponendo che al suo posto prenda corpo l'idea di un 'turismo responsabile' fondato sull'etica e la giustizia, quali fondamenti imprescindibili della sostenibilità (Jamal, Camargo, Wilson, 2013). Altri studiosi hanno sottolineato che per un turismo realmente sostenibile e in linea con i SDGs (Sustainable Development Goals) sarebbe invece necessario intervenire in modo più radicale e critico, tenendo in giusto conto la questione del genere, la prospettiva delle comunità locali, la decrescita e l'economia circolare, la governance e la pianificazione partecipata, il consumo etico (Boluk, Cavaliere, Higgins-Desbiolles, 2019).

Forse c'è fin troppa retorica anche nel dire che i turisti sono diventati consapevoli dell'impatto ambientale e sociale del turismo e quindi scelgono soluzioni ispirate ai principi dello sviluppo sostenibile. Tale discorso era emerso già sul finire degli anni Novanta, a seguito di survey che registravano l'aumento sia dei cosiddetti 'consumatori verdi', sia dei cosiddetti 'ecoturisti' (Sharpley, 2000). Nello stesso periodo, si parlava di un turismo centrato su 3L (leisure, landscape, learning) che aveva sovrastato (ma non cancellato) quello delle 3S (sea, sun, sex); più recente è invece l'idea di un turismo basato sulle 3E (education, entertainment, excitement) e c'è chi ha proposto una versione basata su 4L (landscape, leisure, learning, and limit) (Franch et alii, 2008). Tuttavia, se la conoscenza degli impatti umani sull'ambiente naturale è sicuramente aumentata, non c'è evidenza

scientifico sul fatto che essa corrisponda a un aumento dei consumi e dei comportamenti 'verdi'; anzi, relativamente al turismo, sembra permanere una sorta di dicotomia tra ciò che sarebbe giusto fare e ciò che concretamente si fa (Miller et alii, 2010; Juvan, Dolnicar, 2020). Di fatto, a giudicare dall'incremento dei turismi eloquentemente insostenibili (crocieristico, in ambienti sensibili, con accessi massivi a siti culturali e archeologici, ecc.) è probabile che il turismo sostenibile, che implica inevitabilmente rinunce e cambiamenti radicali, sia ancora lontano dall'essere implementato.

Ma allora, quali caratteristiche deve avere il turismo sostenibile? In termini generici, ambiente integro, specificità culturale, etica del lavoro (assenza di sfruttamenti o discriminazioni) sono indispensabili, altrimenti le località turistiche, nel lungo periodo, perdono attrattività (Cater, 1995). Non a caso, è stato detto che perseguire la sostenibilità nel settore è necessario innanzi tutto riparare i danni causati dalle iniziative turistiche improntate esclusivamente sull'obiettivo della redditività (Butler, 1998).

Più precisamente, il turismo è sostenibile quando utilizza risorse rinnovabili, garantisce il mantenimento della biodiversità, soddisfa i bisogni delle comunità ospitanti, assicura equità e giustizia sociale, crea posti di lavoro e reddito nei luoghi di approdo, tutela e valorizza il patrimonio culturale, è realizzato con basso impiego di capitali, è gestito a livello locale, assicurando decisioni concordate e partecipate. Soprattutto, è necessario che il turismo sia integrato in un progetto di sviluppo locale (Magnaghi, 2010), altrimenti rischia di non innescare i benefici sopra elencati. In tale direzione, come accennato sopra, è piuttosto diffusa l'idea che il turismo sostenibile debba trovare stretti agganci con i Sustainable Development Goals (SDGs), poiché «lo sviluppo sostenibile, così come articolato nei SDGs, richiede un'azione collettiva e un cambiamento sistemico. Ci sfida ad affrontare questioni complesse in modi nuovi, che richiedono nuove collaborazioni» (Bramwell et alii, 2017).

Nel turismo sostenibile, inoltre, il coinvolgimento delle comunità ospitanti nella pianificazione, nello sviluppo e nella gestione delle attività assume rilievo fondamentale (Okazaki, 2008), anche perché «è solo quando viene data priorità ai bisogni e agli interessi di sviluppo delle comunità locali rispetto agli obiettivi dell'industria del turismo che sarà raggiunto uno sviluppo sociale più ampio» (Sharpley, 2000, p. 12). In tale direzione, sono molte le esperienze condotte a livello locale, tra cui i progetti di turismo rurale sostenuti dal programma LEADER (ibidem). Tuttavia, nel contesto globalizzato del turismo è indispensabile tenere conto dell'enorme potere detenuto dalle multinazionali e dai tour operator di settore, che sono in grado di intercettare e implementare rapidamente offerte turistiche differenziate per ogni esigenza. A maggior ragione, le connotazioni e le dinamiche della domanda turistica, in termini di conoscenza, consapevolezza e responsabilità ambientale e sociale, sono fondamentali per affermare il turismo sostenibile.

5. Un quadro interpretativo

Il turismo sostenibile richiede approcci teorici ampi per comprendere le questioni in gioco, le diverse opinioni su ciò che assume rilievo e gli obiettivi che si celano dietro ognuna di esse; aspetti questi che possono influenzare le agende politiche e le azioni specifiche da applicare nella pratica (Bramwell, 2015).

Differenti quadri interpretativi sono stati impiegati nelle ricerche sul turismo sostenibile, tra cui quelli ispirati alla vulnerabilità e alla resilienza (Calgaro, Lloyd, Dominey-Howes, 2014). Pur offrendo spunti preziosi, tali modelli, applicati generalmente a casi di studio specifici, tendono a trattare il turismo come un'enclave separata dal sistema sociale e ambientale di riferimento, il che è del tutto contrario all'approccio sistemico e complesso della sostenibilità (Lew, 2014). Altri modelli, al contrario, hanno centrato troppo l'attenzione sugli aspetti sistemici e di contesto, col risultato di relegare a margine il turismo e i suoi importanti e inevitabili impatti.

In questo contributo, l'attenzione è posta sui territori di approdo e quello che si vuole proporre è un quadro di riferimento per comprendere quale declinazione di turismo sia in atto a livello locale. Ampio spazio è stato dato alle motivazioni che sottendono le scelte del turista, considerando che il turismo è sempre la risultante di un incontro tra domanda (di esperienza, conoscenza, svago e tempo libero) e offerta (di strutture per soddisfare tali esigenze). Altrettanto rilievo è stato attribuito al modo di gestire l'iniziativa turistica (ovvero agli attori decisionali) e al modo di concepire il territorio.

Per quanto riguarda le tipologie di turismo, tante sono le proposte elaborate in letteratura scientifica, soprattutto di matrice sociologica, tra cui quella pioniera e seminale di Cohen (1979), basata su cinque tipologie di esperienza turistica (turismo ricreativo, turismo d'evasione, turismo esperienziale, turismo sperimentale, turismo esistenziale). In questa sede, sono state individuate quattro tipologie di turismo, dal minore al maggiore grado di consapevolezza e comportamento sostenibile (*edonistico, informato, consapevole, sostenibile*).

Tali tipologie di turismo corrispondono ad altrettanti modi di intendere, organizzare e praticare il turismo, diversamente articolati in base a tre variabili specifiche:

1. *Concezione del territorio*. Per questa variabile sono state prese in considerazione le quattro modalità individuate da Bagliani, Dansero e Puttilli (2012) a proposito della gestione delle fonti energetiche rinnovabili (*territorio come mero supporto materiale, territorio come insieme di risorse, territorio come luogo della governance, territorio come attore collettivo*), poiché esse si prestano ad essere impiegate anche in altri settori di attività umana. Ciascuno di tali modi di intendere il territorio incorpora una serie di altre connotazioni, in ordine al modo di concepire l'ambiente naturale e socio-culturale locale, per gradi crescenti di complessità.

2. *Gestione delle iniziative turistiche.* A partire delle riflessioni di Turco (2010) sugli attori del processo di territorializzazione e di Magnaghi (2010) sullo sviluppo locale come processo di costruzione sociale autoctono, endogeno e partecipato, sono state individuate quattro tipologie principali di gestione dell'iniziativa turistica, in funzione del grado di autonomia decisionale e operativa del sistema locale (*gestione eterodiretta, gestione dipendente, gestione partecipata, autogestione*).
3. *Connotazioni della domanda turistica.* In ambito psicologico, diversi studi hanno ragionato sulle tipologie di consumo, che assumono validità anche in riferimento al settore turistico. Jog e Champaneri (2020), ad esempio, hanno distinto tre tipologie di consumatore in base all'attenzione verso l'ecologia e la sostenibilità: *non-green, pseudo-green, green*, ove pseudo-green si riferisce a consumatori che si dimostrano attenti alle questioni ambientali, ma non si impegnano stabilmente in acquisti e comportamenti verdi. In questa sede, è stata aggiunta una quarta tipologia (*semi-green*), in riferimento a coloro che riconoscono l'importanza dell'ambiente e della sostenibilità, ma di fatto non mettono mai in pratica consumi e comportamenti verdi.

Ciascuna delle quattro declinazioni di turismo individuate deriva, quindi, dalla combinazione che le tre variabili considerate (concezione del territorio, gestione dell'iniziativa turistica, connotazione della domanda turistica) assumono, per gradi crescenti di sostenibilità, complessità e partecipazione della collettività locale ai processi decisionali (Fig. 3).

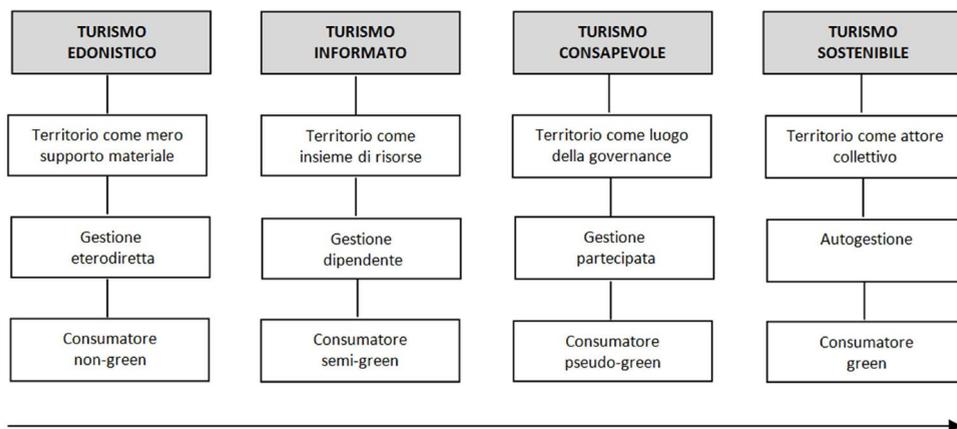


Figura n. 3

Tipologie di turismo in base alla concezione del territorio, alla gestione delle iniziative turistiche e alle connotazioni della domanda turistica

Fonte: elaborazione dell'autrice

Il *turismo edonistico* ambisce a soddisfare le esigenze di un cliente *non-green* intenzionato soprattutto a godere liberamente degli agi offerti dalla struttura ricettiva e dalla location. La struttura ricettiva si avvantaggia del contesto naturale e paesaggistico, ma ottiene gran parte delle risorse necessarie per il suo funzionamento (cibo, forza lavoro, ecc.) dall'esterno. Il territorio è considerato come mero supporto materiale per iniziative organizzate e gestite da attori esterni (*gestione eterodiretta*) che puntano alla massimizzazione dei profitti. Gli obiettivi ambientali e l'attenzione alla sostenibilità si limitano agli obblighi di legge. Caso emblematico potrebbe essere quello dei tanti resort situati nei paradisi turistici del Sud del mondo, così come nelle aree economicamente avanzate. In Italia, restano i segni evidenti di tali logiche nelle infrastrutture realizzate in prossimità delle coste, violando ecosistemi e paesaggi locali, al solo fine di garantire un turismo di massa foriero di guadagni (si veda l'ecomostro di Alimuri, nella penisola sorrentina).

Nel *turismo informato* il territorio è considerato come un insieme di risorse ambientali e culturali, di cui si riconosce la peculiarità e il valore, da sfruttare singolarmente o congiuntamente. Le attività turistiche puntano al contenimento dei danni ambientali e l'attenzione alle norme della sostenibilità è maggiore rispetto alla precedente casistica, anzi la struttura ricettiva spesso ottiene certificazioni ambientali, quali EMAS (Commissione Europea, 2016), Green Globe (<https://greenglobe.com/>) o Green Destination (<https://greendestinations.org/>). L'obiettivo resta però la massimizzazione dei profitti derivanti dall'attività turistica, anche in questo caso gestita in massima parte da attori esterni. L'offerta turistica si rivolge ad un'utenza *semi-green*, interessata alle questioni della sostenibilità solo in termini teorici. Un esempio emblematico potrebbe essere quello delle strutture gestite dai grandi gruppi internazionali del settore (Valtour, ClubMed, Alpitour, ecc.).

Il *turismo consapevole* si rivolge a consumatori *pseudo-green* in quanto sicuramente edotti in merito alle questioni dell'ambiente e della sostenibilità, ma non ancora pienamente coerenti nei comportamenti e nei consumi verdi. Il territorio diventa luogo della governance ovvero del confronto aperto tra attori esterni e collettività locale, la priorità è data allo sviluppo locale e alla riduzione degli impatti ambientali, ma la gestione delle iniziative resta eterodiretta o mista (ad esempio sotto forma di partenariati pubblico-privato). Le questioni della sostenibilità e della partecipazione ai processi decisionali assumono rilievo ma non costituiscono ancora obiettivo centrale delle iniziative turistiche. Gran parte delle strutture alberghiere medio-grandi, dei siti archeologici, dei parchi tematici possono essere ricondotti a questo tipo di turismo.

Infine, il *turismo sostenibile* è praticato su un territorio concepito nella sua complessità ambientale e sociale, grazie a una comunità locale che si comporta come attore collettivo, essendo in grado di pervenire a soluzioni condivise, mediando tra differenti visioni. La collettività insediata diventa artefice dei processi di territorializzazione

anche in riferimento alle attività economiche. Il turismo è integrato in un progetto di sviluppo ispirato alla tutela dell'ambiente e della cultura locale, alla partecipazione ai processi decisionali, all'utilizzo prevalente delle risorse locali, alla costruzione di un'offerta turistica contestualizzata. L'intero processo decisionale è autogestito, chiamando in causa attori prevalentemente locali (Comuni, associazioni, GAL, ecc.). Le iniziative sono condotte con basso impiego di capitale economico e alto impiego di creatività. L'offerta turistica consta di attività ispirate al cosiddetto *turismo relazionale* (Ruisi, 2004) e *turismo di territorio* (Maeran, 2015), rendendo partecipe il consumatore (pienamente *green*) nelle attività del contesto locale, facendogli esperire il senso della diversità ambientale e culturale. Esempio emblematico è costituito dalle iniziative, largamente diffuse anche in Italia, relative all'albergo di comunità, in quanto a matrice endogena e gestite a livello locale (Pollice, 2016).

6. Conclusioni

La relazione tra turismo, sviluppo locale e ambiente è circolare e cumulativa (Cater, 1995); ancora oggi, tuttavia, resta difficile implementare forme di turismo sostenibili sotto il profilo ambientale, sociale ed economico.

Per diventare realmente sostenibile il turismo va integrato in un progetto di sviluppo locale strutturato su precise parole chiave: *specificità* (valorizzazione delle risorse ambientali, paesaggistiche e umane locali); *complessità* (l'integrazione tra più settori di attività economica consente al sistema locale di rafforzare l'attrattività turistica e rispondere meglio alle crisi settoriali); *flessibilità* (capacità di resilienza e di modificare in itinere direzioni e obiettivi); *continuità* (validità a lungo termine del progetto locale); *partecipazione* (della collettività locale ai processi decisionali e alle attività locali); *equità e giustizia sociale* (intragenerazionale e intergenerazionale).

La partecipazione della comunità locale necessita di consapevolezza collettiva, capacità di dirimere conflitti tra le parti, solidarietà e apertura, senso di responsabilità verso il patrimonio e il territorio condiviso; insomma implica doveri e diritti, conoscenze e competenze. Spesso, tuttavia, dietro ai processi locali che si auto-dichiarano 'partecipativi' si celano dinamiche manipolatorie e strumentali che nulla hanno a che fare con la partecipazione, sollecitando disaffezione, cinismo e dissenso (Banini, Picone, 2018; Weaver et alii, 2021). Altrettanto complicato è inserire il turismo in un obiettivo di sviluppo locale (Marengo, 2006); nel nostro Paese, che costituisce un caso di studio paradigmatico in ordine a varietà e attrattività dell'offerta turistica, non sempre l'iniziativa imprenditoriale è riuscita a fronteggiare le sfide di un mercato turistico in rapida accelerazione (Brogna,

Cocco, 2020), proprio per il mancato inserimento di tali iniziative in un progetto più ampio, flessibile, multisettoriale, centrato sul coinvolgimento di più attori, e quindi in grado di fronteggiare meglio le dinamiche di un sistema globale alle prese con repentini e imprevedibili cambiamenti. Gli impatti della pandemia da Covid-19 sul settore turistico ne costituisce esempio emblematico; ma proprio tale pandemia è ritenuta potenziale *driver* di cambiamento (Benjamin et alii, 2020).

Per gli operatori del settore, il turismo sostenibile è soprattutto una grande sfida etica, perché si tratta di rinunciare ai guadagni relativamente facili del turismo convenzionale per abbracciare imprese e attività che operano nel rispetto di un imperativo etico lungimirante, incorporato nelle proprie azioni quotidiane e nel proprio stile di vita. Il turismo sostenibile e responsabile, in questa prospettiva, è soprattutto un mezzo per migliorare il benessere di tutti i soggetti umani e non-umani coinvolti, nella consapevolezza che gli impatti ambientali e sociali del turismo si estendono ben oltre le località di destinazione turistica e coinvolgono più dimensioni (Moscardo, Murphy, 2014).

Turismo sostenibile non può essere una mera etichetta da attaccare a qualsivoglia iniziativa di settore. I marchi di qualità e le certificazioni ambientali a poco servono se non tengono conto di questa capacità dell'offerta turistica di innescare processi virtuosi, su base territoriale, che coinvolgono le comunità locali e la loro capacità di auto-organizzazione. Il turismo sostenibile è dunque strettamente legato alle questioni che ruotano attorno alla gestione e valorizzazione dei territori. Il fatto che il territorio così pensato e organizzato diventi punto di incontro tra turisti provenienti potenzialmente da ogni dove e comunità locali virtuose ben esprime la portata del suo impatto per la diffusione e adozione su scala globale dei principi della sostenibilità effettiva.

Bibliografia

Aitchison C., «The critical and the cultural: explaining the divergent paths of leisure studies and tourism studies», in *Leisure Studies*, n. 4, 2006, pp. 417-422.

Bagliani M., Dansero E., Puttilli M., «Sostenibilità territoriale e fonti rinnovabili. Un modello interpretativo», in *Rivista Geografica Italiana*, n. 119, 2012, pp. 291-316.

Banini T., Picone M., «Verso una geografia per la partecipazione», in Banini T., Picone M. (eds.), *Territori partecipativi*, *Geotema*, n. 56, 2018, pp. 3-10.

Benjamin S., Dillette A., Alderman D.H., «“We can't return to normal”: committing to tourism equity in the post-pandemic age», in *Tourism Geographies*, n. 22, 2020, pp. 476-483.

Bianchi R.V., «The “critical turn” in tourism studies: a radical critique», in *Tourism Geographies*, n. 4, 2009, pp. 484-504.

Boluk K.A., Cavaliere C.T., Higgins-Desbiolles F., «A critical framework for interrogating the United Nations Sustainable Development Goals 2030 Agenda in tourism», in *Journal of Sustainable Tourism*, n. 7, 2019, pp. 847-864.

Bramwell B., «Theoretical activity in sustainable tourism research», in *Annals of Tourism Research*, n. 54, 2015, pp. 204-218.

Bramwell B., Higham J., Lane B., Miller G., «Twenty-five years of sustainable tourism and the Journal of Sustainable Tourism: looking back and moving forward», in *Journal of Sustainable Tourism*, n. 1, 2017, pp. 1-9.

Brogna M., Cocco V., *Turismo e sviluppo locale. Prospettive per la destinazione Italia*, Milano, McGraw-Hill Education, 2020.

Buckley R., «Sustainable tourism: research and reality», in *Annals of Tourism Research*, n. 2, 2012, pp. 528-546.

Butler R.W., «The concept of carrying capacity for tourism destinations: dead or merely buried?», in Cooper C., Wanhill S. (eds.), *Tourism Development: Environmental and Community Issues*, Chichester, John Wiley, 1997, pp. 11-21.

Butler R.W., «Sustainable tourism: looking backwards in order to progress?», in Hall C.M., Lew A.A. (eds.), *Sustainable Tourism: A Geographical Perspective*, Harlow, Addison-Wesley Longman, 1998, pp. 25-34.

Butler R.W., «Sustainable tourism: a state of the art review», in *Tourism Geographies. An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, n. 1, 1999, pp. 7-25.

Calgaro E., Lloyd K., Dominey-Howes D., «From vulnerability to transformation: A framework for assessing the vulnerability and resilience of tourism destinations», in *Journal of Sustainable Tourism*, n. 3, 2014, pp. 341-360.

Cater E., «Environmental contradictions in sustainable tourism», in *The Geographical Journal*, n. 1, 1995, pp. 21-28.

Chakraborty A., «Can tourism contribute to environmentally sustainable development? Arguments from an ecological limits perspective», in *Environment, Development and Sustainability*, n. 23, 2021, pp. 8130-8146.

Clarke J., «A framework of approaches to sustainable tourism», in *Journal of Sustainable Tourism*, n. 5, 1997, pp. 224-233.

Cohen E., «A phenomenology of tourist experiences», in *Sociology*, n. 13, 1979, pp. 179-201.

Commissione Europea, *Documento di riferimento settoriale EMAS sulle migliori pratiche di gestione ambientale nel settore turistico*, Lussemburgo, Ufficio delle Pubblicazioni dell'Unione Europea, 2016.

dell'Agnesi E., *Bon Voyage. Per una geografia critica del turismo*, Torino, Utet, 2018.

Desinano P., Fiorucci O.N., *La destinazione e i suoi prodotti. Dal turismo del dove ai turismi del perché*, Milano, FrancoAngeli, 2018.

Fletcher R., «Sustaining tourism, sustaining capitalism? The tourism industry's role in global capitalist expansion», in *Tourism Geographies*, n. 3, 2011, pp. 443-461.

Franch M., Martini U., Buffa F., Parisi G., «4L tourism (landscape, leisure, learning and limit). Responding to new motivations and expectations of tourists to improve the competitiveness of Alpine destinations in a sustainable way», in *Tourism Review*, n. 63, 2008, pp. 4-14.

Gavinelli D., Zanolin G., *Geografia del turismo contemporaneo. Pratiche, narrazioni e luoghi*, Roma, Carocci, 2019.

Gossling S., «Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19», in *Journal of Sustainable Tourism*, n. 1, 2021, DOI: 10.1080/09669582.2020.1758708.

Grottanelli de' Santi E., *Guida alle micro vacanze in Italia. 100 piccoli viaggi e soggiorni di turismo responsabile ed ecologico*, Milano, Altreconomia, 2014.

Hardy A., Beeton R.J.S, Pearson L., «Sustainable tourism: an overview of the concept and its position in relation to conceptualization of tourism», in *Journal of Sustainable Tourism*, n. 6, 2002, pp. 475-496.

Hashemkhani Zolfani S., Sedaghat M., Maknoo R., Kazimieras Zavadskas E., «Sustainable tourism: a comprehensive literature review on frameworks and applications», in *Economic Research*, n. 1, 2015, pp. 1-30.

Hunter C., «On the need to re-conceptualise sustainable tourism development», in *Journal of Sustainable Tourism*, n. 3, 1995, pp. 155-165.

Jamal T., Camargo B.A., Wilson E., «Critical omissions and new directions for sustainable tourism: A situated macro-micro approach», in *Sustainability*, n.1, 2013, pp. 4594-4613.

Jog D., Champaneri A., «The role of consumer typology on the consumers' green involvement and its effect on green purchase behavior», 4th International Conference on Marketing, Technology & Society, Indian Institute of Management Kozhikode, 2020, <https://iimk.ac.in/research/markconf20/Proceedings/40.pdf>

Juvan E., Dolnicar S., «The excuses tourists use to justify environmentally unfriendly behaviours», in *Tourism Management*, n. 83, 2021, DOI: 10.1016/j.tourman.2020.104253.

Lew A.A., «Scale, change and resilience in community tourism planning», in *Tourism Geographies*, n. 1, 2014, pp. 14-22.

Liu Z., «Sustainable tourism development: a critique», in *Journal of Sustainable Tourism*, n. 6, 2003, pp. 459-475.

Lu J., Nepal S.K., «Sustainable tourism research: an analysis of papers published in the Journal of Sustainable Tourism», in *Journal of Sustainable Tourism*, n. 1, 2009, pp. 5-16.

Maeran R., 'Il parco come prodotto turistico', in *Turismo e Psicologia. Rivista interdisciplinare di studi, ricerche e formazione*, n. 1, 2015, pp. 46-53.

Magnaghi A., *Il progetto locale. Verso la coscienza di luogo*, Milano, Bollati Boringhieri, 2010.

Marengo M. (ed.), *La dimensione locale. Esperienze (multidisciplinari) di ricerca e questioni metodologiche*, Roma, Aracne, 2006.

Miller G., Rathouse K., Scarles C., Holmes K., Tribe J., «Public understanding of sustainable tourism», in *Annals of Tourism Research*, n. 37, 2010, pp. 627-645.

Moscardo G., Murphy L., «There is no such thing as sustainable tourism: re-conceptualizing tourism as a tool for sustainability», in *Sustainability*, n. 6, 2014, pp. 2538-2561.

Okazaki E., «A community-based tourism model: its conception and use», in *Journal of Sustainable Tourism*, n. 5, 2008, pp. 511-529.

Palacios-Florencio B., Santos-Roldán L., Berbel-Pineda J.M., Castillo-Canalejo A.M., «Sustainable tourism as a driving force of the tourism industry in a post-Covid-19 scenario», in *Social Indicators Research*, 2021, DOI: 10.1007/s11205-021-02735-2.

Pecoraro Scania A. (ed.), *Turismo sostenibile. Retorica e pratiche*, Roma, Aracne, 2016.

Pollice F., «Alberghi di comunità: un modello di empowerment territoriale», in *Territori della Cultura*, n. 25, 2016, pp. 82-95.

Ruisi M., *Turismo relazionale logiche di sviluppo reticolare ed etica dell'ospitalità per le aziende turistiche di piccola dimensione*, Milano, Giuffrè, 2004.

Saarinen J., «Traditions of sustainability in tourism studies», *Annals of Tourism Research*, 33(4), 2006, pp. 1121-1140.

Saarinen J., «Critical sustainability: setting the limits to growth and responsibility in tourism», in *Sustainability*, n. 11, 2014, pp. 1-17.

Sharpley R., «Tourism and sustainable development: exploring the theoretical divide», in *Journal of Sustainable Tourism*, n. 1, 2000, pp. 1-19.

Turco A., *Configurazioni della territorialità*, Milano, FrancoAngeli, 2010.

UNEP-WTO, *Making tourism more sustainable. A guide for policy makers*, Paris-Madrid, UNEP-WTO, 2005.

Weaver D.B., Moyle B., McLennan C.J., «The citizen within: positioning local residents for sustainable tourism», in *Journal of Sustainable Tourism*, 2021, DOI: 10.1080/09669582.2021.1903017.

WCDE (World Commission on Environment and Development), *Our common future*, Oxford, Oxford University Press, 1987.

WTO (World Tourism Organization), «Québec Declaration on Ecotourism», *UNWTO Declarations*, 12(2), Madrid, UNWTO, 2002.

WTO (World Tourism Organization), *UNWTO Tourism Highlights. 2010 Edition*, Madrid, UNWTO, 2010.

WTO (World Tourism Organization), *International Tourism Highlights. 2020 Edition*, Madrid, UNWTO, 2021.

Luoghi di lentezza e identità locale: percorsi partecipati di conoscenza e di turismo

Stefania Cerutti

*«D'una città non ti godi le sette o settantasette meraviglie,
ma la risposta che dà a una tua domanda.
O la domanda che ti pone obbligandoti a rispondere»
(Italo Calvino, *Le città invisibili*, 1972).*

1. Introduzione

L'idea di viaggio, oggi, è molto cambiata. Lo era prima dell'evento pandemico, ma certamente gli accadimenti dell'ultimo anno e mezzo hanno fatto emergere quali necessità da acquisire e opportunità da cogliere pratiche ed attività turistiche sempre più improntate alla lentezza e alla sostenibilità. Promuovere la qualità e l'esperienza contrapponendosi al turismo di massa, veloce e di consumo che poco valorizza le tipicità di un luogo; maturare conoscenza e scoperta di cibi biologici e a chilometro zero; soddisfare la propensione a spostarsi verso destinazioni attente al risparmio energetico, alla raccolta differenziata per perseguire valori sostenibili verso un turismo più sano e reale. Sono questi alcuni tratti che la prossimità, imposta e affermata quale effetto sul turismo della pandemia da Covid-19, ha qualificato come fattori comuni alle modalità contemporanee di spostamento e, al contempo, ha reso elementi valoriali condivisi da parte di una domanda turistica orientata alla ricerca di proposte sicure, responsabili, sostenibili. Il turista è alla ricerca delle emozioni e sensazioni che le diverse destinazioni possono suscitare e soddisfare; di conseguenza, le aziende turistiche o le stesse destinazioni divengono 'fornitori' di emozioni ed esperienze. La tipicità del cibo e delle tradizioni, i patrimoni culturali e le risorse anche 'minime' del luogo divengono valori in grado di differenziare, qualificare e personalizzare servizi e proposte. In questa prospettiva la destinazione di viaggio si pone sempre di più come un messaggio culturale (Albanese, 2013). Per chi viaggia in chiave *slow* è cresciuta e si è rafforzata, negli ultimi anni, la volontà di 'andare oltre', per conoscere l'impatto ambientale di una struttura turistica e la sensibilità ecologica dei gestori o la provenienza del cibo prima di acquistare un determinato servizio. E con la dimensione ecologico-ambientale, i momenti 'fuori

casa' vengono caricati di sensi e significati, sia individuali che collettivi, eleggendoli a occasioni di incontro, scambio, immersione culturale e sociale nelle realtà visitate. È in questo modo che emergono i territori, con i loro paesaggi, i loro prodotti materiali e immateriali le loro storie, le identità e i patrimoni locali, le vicende di chi li ha vissuti e di chi li anima.

Appare quasi paradossale, ma la crisi provocata dallo *shock* pandemico si è manifestata in un momento caratterizzato da un acceso dibattito su alcune questioni chiave connesse alla gestione dei flussi turistici nelle destinazioni. Tra queste l'*overtourism*, sia in alcune grandi città che in alcune località tra cui quelle balneari; gli effetti indesiderati del turismo crocieristico; la necessità di depolarizzare flussi distribuendoli verso aree caratterizzate da minore pressione antropica; la necessità e volontà di preservare i valori delle identità locali (Morvillo, Becheri, 2020). Su queste basi di inquadramento generale, il contributo si propone di presentare le declinazioni del turismo lento, per poi calarsi in alcuni contesti territoriali portatori di progetti partecipati di conoscenza, condivisione e turismo.

2. Tempi, spazi, modi di lentezza in epoca Covid-19: le declinazioni dello slow tourism

Visto in modo dicotomico o alternativo rispetto alle proposte massificanti e omologanti, il turismo si declina in modo *slow* così come in precedenza è stato fatto per il cibo e per le città, intercettando l'ambito gastronomico (*slow food*) e quello urbano (*slow cities*) (Heitmann, Robinson, Povey, 2011). Analogamente si sono diffusi altri ambiti etichettati come *slow*, dal marketing alle scuole e alla medicina.

Lo *slow tourism* sensibilizza la domanda e l'offerta di valori etici, permette di riappropriarsi del tempo, allevia l'ansia e lo stress causato dai ritmi frenetici, permette al turista di riconnettersi con se stesso e con l'ambiente circostante, crea una nuova forma di consapevolezza grazie a un'esperienza più profonda e coinvolgente e valorizza così sostenibilità, responsabilità ambientale e approccio ecologico di tutte le parti coinvolte (Dall'Aglio, 2011). Può certamente essere letto come un approccio al viaggio che promuove la qualità e la lentezza dell'esperienza turistica, contrapposta alla velocità e alla logica 'mordi e fuggi'. Ma il parametro della lentezza da solo non basta. Secondo una ricerca condotta dall'Università di Trieste in seno ad un'iniziativa progettuale europea (UNITS, 2011)¹,

¹ <http://www.provincia.ra.it/Argomenti/Europa-e-relazioni-internazionali/Cooperazione-Territoriale-Europea/Programma-Italia-Slovenia/Progetto-Slowtourism>

fare *slow tourism* significa sviluppare un approccio all'offerta e alla fruizione di prodotti turistici che interagiscono sulla base di sei componenti – contaminazione, autenticità, sostenibilità, tempo, lentezza, emozione (CASTLE, anagramma creato in ambito progettuale con le iniziali delle parole tradotte nelle corrispondenti in inglese) – che, come illustrato dalla fig. 1, nel loro intersecarsi e sovrapporsi originano tipologie differenti di turismo lento, consentendo di comprendere che il prodotto turismo *slow* non costituisca, di per sé, l'*output* di una sola filiera quanto una modalità trasversale di vivere ed offrire esperienze turistiche.

Più nel dettaglio,

1. la contaminazione conduce a stimolare le interazioni con la comunità ospitante. La sfera relazionale tra le persone che sono portatori di diverse esperienze, credenze, saperi, culture e la capacità del sistema di offerta di creare fertili opportunità di scambio tra di loro.
2. l'autenticità è l'esaltazione delle specificità dei luoghi. La capacità di offrire prodotti e servizi non standardizzati e in grado di esaltare le differenze, rimarcando all'ospite che non potrebbe essere ovunque ma proprio in quel luogo, con le sue peculiarità ed eccellenze.
3. la sostenibilità riguarda la minimizzazione dell'impatto sull'ambiente. L'impatto delle attività turistiche sull'ambiente locale è importante, ribadendo la necessità di un approccio sostenibile ecologicamente leggero nel lungo periodo, economicamente conveniente, eticamente e socialmente equo nei riguardi delle comunità locali.
4. il tempo tocca gli aspetti organizzativi e di programmazione rivolta al miglioramento della qualità offerta. Ci vuole tempo nell'organizzazione aziendale e territoriale e richiede un orientamento strategico con una progettualità esplicita di medio-lungo periodo. Significa dedicare tempo per analizzare, comprendere, progettare miglioramenti qualitativi delle attività, dei servizi e della destinazione per chi ne fruisce come cliente e per chi ci lavora.
5. la lentezza elegge ritmi non frenetici. La costruzione, promozione e offerta di servizi e prodotti di turismo lento, dai ritmi non frenetici, non massificati, in grado di far partecipare l'ospite a un'esperienza completa, profonda e coinvolgente, che gli consenta di assimilare gradualmente i legami con la realtà locale.
6. l'emozione mira al coinvolgimento in un'esperienza multisensoriale. La capacità di generare momenti memorabili, che fanno ripartire l'ospite diverso da come è arrivato, segnato da un'esperienza realmente coinvolgente e gratificante. Ispirando la voglia di tornare e il passaparola.

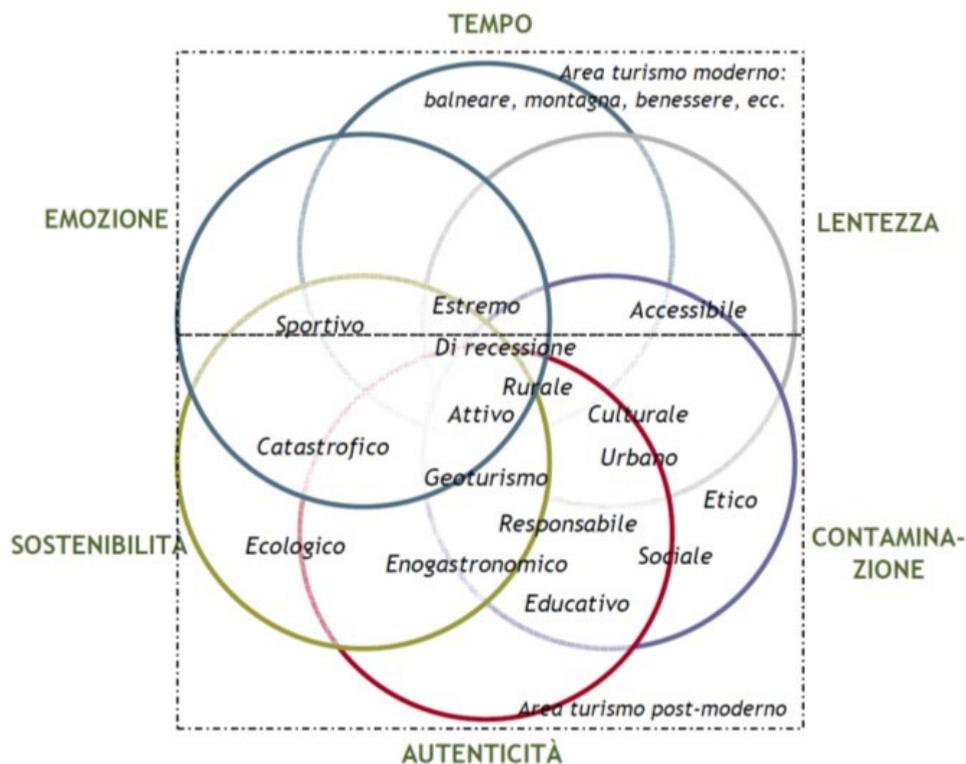


Figura n. 1
Le declinazioni dello Slow Tourism e i tipi di turismo moderno
 Fonte: UNITS, 2011

Si incrociano, dunque, domanda e target consapevoli con offerta e proposte strutturate secondo una logica *slow* complessa, integrata e mutevole lungo le direzioni che la crisi recente certamente ha contribuito a plasmare e profilare (Serdane, Maccarrone-Eaglen, Sharifi, 2020). Il decennio appena trascorso ha anticipato le tendenze in atto, fortemente veicolate dai territori e dagli stessi operatori turistici nell'orizzonte del turismo lento, inteso quale fenomeno pervasivo e diffusivo in grado di toccare e coinvolgere luoghi marginali (Calzati, 2016; Calzati, De Salvo, 2017; Pileri, Moscarelli, 2021). Una revisione della letteratura operata da Valls (2019) pone in evidenza le caratteristiche del turismo *slow*: diversa concezione del viaggio e uso del tempo durante il viaggio; alternativa al turismo massa; focus sulla dimensione locale; focus sulla cultura; sostenibilità e consapevolezza ambientale; diversa qualità dell'esperienza; autenticità; fattibilità e sviluppo di un nuovo mercato.

Ad oggi viviamo in una situazione in cui il consumo turistico assume un ruolo trasformatore e contestualizzato, ancor prima che economico, e ciò rispetto al clima psicologico in cui le persone hanno vissuto l'epidemia: le persone si sentono, oltreché provate,

profondamente cambiate. La pretesa di un momento di rigenerazione costituirà, secondo analisi recenti, l'imperativo delle nuove abitudini turistiche, che si articoleranno da un punto vista sociale, antropologico e mitografico, come evasione e ricerca proiettate dentro di sé e al di fuori di sé. Consumo e fruizione turistica, già intrinsecamente emotivi, devono trovare, oggi ancor più di ieri, una corretta modalità di realizzazione lungo le direttrici del tempo, dello spazio e del modo (Gheorghe, Marin-Pantelescu, 2020). Tempo: certamente lento, con tutti i valori e le declinazioni che lo connotano. Spazio: verticale, diffuso, prossimo. Modo: partecipativo, comunitario, identitario.

La vacanza viene intesa come ricerca e, in epoca post Covid-19, può essere vissuta come recupero delle ritualità identitarie, relazionali e tradizionali. Da un punto di vista geografico, il turismo potrà essere dislocato in termini di viaggi e vacanze su un territorio nazionale, i cui singoli paesi, intesi come 'destinazioni minori', sono fortemente connotati da un punto di vista culturale-paesaggistico e identitario. Le comunità locali dovranno essere poste al centro, secondo una logica di *management* del turismo ripensato, in quanto non più soggetti passivi da visitare, ma attori che dovranno invece partecipare attivamente. La partecipazione è indispensabile per mantenere viva la comunità locale, intesa come entità sociale, la cui cultura sta scomparendo velocemente, sia per gli stili di vita che cambiano, ma soprattutto, per la perdita dell'esercizio della memoria collettiva e a volte per lo spopolamento in atto, apparentemente inarrestabile per interi territori. Praticare lo *slow tourism* significa quindi attivare un felice fenomeno di turismo diffuso, meno concentrato e di prossimità, facendo raggiungere il mondo rurale e naturale, periferico o concentrico rispetto alle grandi mete e alle classiche attrazioni turistiche².

Il viaggio lento diviene pratica innovativa di *loisir* e la lentezza quintessenza della sostenibilità turistica, poiché collocata in una cornice spazio-temporale che, se da un lato stimola a visitare il territorio in modo attento e responsabile (dal punto di vista ambientale, culturale e sociale), dall'altro sensibilizza le comunità residenti verso una più completa attivazione delle risorse locali (Salvatore, 2013).

3. Luoghi, progetti e comunità: la voce dei territori

In Italia opera *Slow Tourism*, associazione che promuove il turismo dell'accoglienza in Italia e all'estero; attraverso un attivo coinvolgimento di viaggiatori, imprenditori turistici e comunità locale, tutela e favorisce la crescita dei territori, anche quelli

² https://www.senato.it/application/xmanager/projects/leg18/attachments/documento_evento_procedura_commissione/files/000/247/501/2020_12_10_Slow_Tourism_Integrazione.pdf

poco conosciuti, per renderli destinazioni turistiche di pregio. Invita i viaggiatori a fare turismo lento, sostenibile e responsabile, a scoprire i luoghi rispettandoli; a conoscerli, viverli, assaporarli e nello stesso tempo custodirli in quanto patrimonio di inestimabile valore, ricchezza da salvaguardare per il benessere comune. Collabora con le imprese ricettive interessate a rappresentare il territorio e fare del turismo esperienze di incontro e avvicinamento alla cultura locale, migliora la qualità dell'accoglienza e propone percorsi formativi per rendere le città luoghi ospitali e favorire il ritorno dei turisti. L'associazione fa rete con le persone e le imprese del territorio per valorizzare le tipicità, la storia e la cultura di un luogo. Con il coinvolgimento di blogger e cittadini, realizza un giornalismo partecipativo, il *Daily Slow*, che dà voce ai territori attraverso il racconto di tradizioni, storie ed esperienze di viaggio e la presentazione di nuovi modi di vivere sostenibili.

Voce che viene rafforzata da numerosi progetti, spinti e sostenuti sia a livello nazionale che europeo. È certamente innegabile che la proclamazione dell'anno 2019 come 'Anno del Turismo Lento' abbia dato un forte impulso alla rinascita di borghi, alle proposte di percorsi a piedi, in bicicletta, treno, cavallo. Alla lentezza come stile di vita, ancor prima che di vacanza, che le vicissitudini legate alla pandemia hanno sottolineato in modo ancor più forte. Parlare di turismo lento, quindi, equivale a parlare di un turismo sicuro, compatibile con il territorio e accessibile a tutti, senza ostacoli di carattere economico, strutturale, sociale, culturale. Ne discende una rinnovata visione del sistema di offerta turistica e culturale dei territori, indispensabile per migliorare qualitativamente l'attuale modo di visitare e comprendere i patrimoni locali, che coinvolge in maniera attiva e diretta gli abitanti e le comunità locali e che, al contempo, rende i turisti ospiti o residenti temporanei di un certo luogo. In tale sistema si sintetizza la capacità di *governance* locale, capace di mettere in relazione fruttuosa, e stabile, i vari soggetti con l'ambiente di vita e di azione (fig. 2), secondo approcci partecipativi che possono assumere caratteri più o meno istituzionalizzati.

Oltre al ruolo che le è proprio di indirizzo e orientamento, la partecipazione assume la capacità esplicita di contribuire a riprodurre l'ambiente di vita e di relazione dei cittadini (Magnaghi, 2006), in una prospettiva che coniuga le spinte attuali con i segni del passato. E questo sia in riferimento a progetti di natura materiale, che a iniziative di matrice immateriale e socio-culturale (Cerutti, 2019). Il turismo che fa leva sulle peculiarità dei contesti territoriali, soprattutto marginali, piccoli, defilati o periferici, attinge fortemente a queste dimensioni, di cui la lentezza è espressione e colore. Recupera risorse, storie e significati dalle sedimentazioni locali per renderle materia prima con cui plasmare offerte ed esperienze in grado di esprimere il *genius loci* e di trasmettere valori identitari.

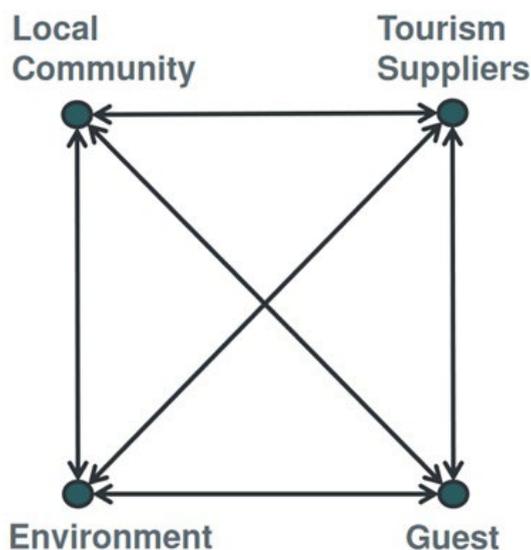


Figura n. 2
Le declinazioni dello Slow Tourism e i tipi di turismo moderno
 Fonte: Dall'Aglio, 2011

Comunità locali, fornitori e operatori turistici, ospiti e ambiente creano dunque un ecosistema partecipato la cui forza può essere misurata dalla capacità di interazione sovralocale e di attrazione di fondi, soprattutto europei, destinati allo sviluppo locale e al turismo.

Nella stagione di programmazione 2007-2013, ad esempio, nell'ambito del Piano Operativo Fondo Sociale Europeo Abruzzo e con un protocollo di intesa e disciplinare attuativo fra Regione Abruzzo e le università abruzzesi, è stato finanziato un programma formativo di ricerca denominato *Slow Travels*, finalizzato all'analisi e allo studio di un modello di gestione dell'offerta turistica di tipo innovativo e integrato. Gli strumenti progettuali sono rappresentati da metodologie della ricerca di tipo partecipativo, che hanno consentito agli attori territoriali di posizionarsi come significativi nodi di un'unica rete di valorizzazione, in grado di favorire la nascita di nuovi prodotti ecoturistici, frutto della sinergia e della convergenza tra i vari interessi. Prodotti e itinerari hanno generato un percorso di sviluppo locale che ha portato, negli anni successivi, al potenziamento dell'offerta sostenibile e lenta della regione.

In relazione allo *slow tourism*, la politica di coesione ha realizzato una serie di interventi sui 'cammini' – sostenuti dal MiBACT in seguito all'anno dei cammini nel 2017 e all'adozione del Piano strategico di sviluppo del turismo 2017-2022 – e, attraverso il Piano stralcio FSC Cultura e Turismo, vari progetti all'insegna del turismo lento e consapevole. Tra gli interventi in corso ci sono quelli sulle vie Francigene del Sud, tra cui anche l'Appia Antica, sul Cammino di San Benedetto, tra Norcia e Subiaco, e sulla via di San Francesco. Si tratta, in molti casi, di progetti in via di realizzazione, che riguardano la manutenzione del

cammino, la promozione e le infrastrutture per l'accoglienza dei pellegrini. Dati aggiornati al primo *lockdown* riferiscono di ben 24.516 progetti censiti all'interno del focus Turismo Cultura Natura di *OpenCoesione*, spesso intrecciati con gli interventi in programma nei territori marginali del Paese, nell'ambito della Strategia Nazionale Aree Interne.

Il turismo lento è strettamente correlato alla mobilità, lenta, dolce, sostenibile. A titolo esemplificativo, può essere citato il progetto Alpine Pearls, un network per un turismo in mobilità dolce sulle Alpi nato nel 2006 e sostenuto da fondi UE. Comprende ad oggi 19 località alpine unite dal denominatore comune della sostenibilità e della mobilità dolce. L'obiettivo è quello di offrire agli ospiti proposte turistiche consapevoli, senza stress e in piena armonia con la natura, per scoprire tutto il bello di una vacanza senza auto. Le località *Alpine Pearls* sono distribuite come una 'collana di perle' in cinque paesi dell'arco alpino: Italia, Austria, Svizzera, Germania e Slovenia. A scala nazionale si muove AMODO, l'Alleanza per la Mobilità Dolce, nata dal desiderio delle più importanti associazioni nazionali ambientaliste e di settore di collaborare e attivare azioni congiunte per promuovere e far crescere la mobilità dolce in Italia, sostenendo la pianificazione sostenibile dei territori e del paesaggio e contribuendo allo sviluppo del turismo lento. AMODO diviene luogo di collaborazione delle associazioni promotrici e degli aderenti: elabora proposte e documenti condivisi e costruiti collettivamente, promuove l'iniziativa legislativa e segue e monitora le norme e le misure governative; stimola proposte e visioni unitarie all'interno della piattaforma; mantiene una costante interlocuzione con le istituzioni; dialoga con le aziende e i gestori del servizio ferroviario e con gli operatori della mobilità dolce; valorizza le iniziative delle comunità locali coinvolte; promuove itinerari e percorsi alla scoperta dell'Italia dei territori; sostiene stili di vita attiva e di turismo sostenibile.

Le progettualità a scala locale possono assumere tematismi, dimensioni e funzioni differenti. Sono accomunate da un approccio partecipativo che vede le comunità locali inserite nei processi non solo decisionali, organizzativi e gestionali ma, a monte, nel riconoscimento e nella mappatura di patrimoni, risorse e valori da riattivare, e a valle nelle azioni di valorizzazione e promozione. È questo il caso di *Comuniterràe*, progetto nato nel 2016 per raccontare l'identità di dieci piccole comunità delle 'Terre di Mezzo' del Parco Val Grande, in Piemonte: le azioni che lo animano mirano a definire sempre meglio questo nuovo paesaggio culturale che, al di là dei confini comunali, raccoglie e indirizza le energie delle comunità verso una ri-appropriazione del proprio patrimonio, che diventa così una risorsa per lo sviluppo locale e per il turismo sostenibile. Si tratta di un progetto dell'Associazione Ars.Uni.Vco e dello stesso Ente Parco. Si inserisce tra le azioni della Carta Europea del Turismo Sostenibile ed è stato all'interno dell'agenda ufficiale delle iniziative per l'Anno Europeo del Patrimonio Culturale 2018; nel 2019 è stato premiato con l'*European Heritage Award/Europa Nostra Award 2019* nella categoria *Education, Training and Aware-*

ness-Raising; nel 2020 ha ricevuto il premio *European Heritage Days Stories* del Consiglio d'Europa e della Commissione Europea; nel 2021 ha ospitato la *Peer-learning Visit* organizzata all'interno del progetto *Cultural Heritage in Action* della Commissione Europea. La governance progettuale è di tipo partecipato e *bottom up*, sin dalle prime fasi della sua implementazione che hanno portato alla redazione della mappa di comunità del territorio e delle dieci comunità coinvolte (Cerutti, Cottini, Menzardi, 2021). Adozione di tempi di sviluppo scanditi concordemente ai tempi di coinvolgimento della popolazione; direzione di azione dettata dalle stesse comunità, supportate dalla presenza di animatori e facilitatori; contenuti multimediali e uso dei social media, fondamentali per mantenere un contatto anche durante il *lockdown* e le limitazioni imposte dalla pandemia; possibilità di integrare le esperienze virtuali con quelle sul territorio; sviluppo di tecniche di co-progettazione attiva; capacità di guardare oltre i confini, inserendo il progetto nei circuiti culturali sovraregionali, in particolare europei. Sono questi gli ingredienti chiave di *Comuniterrae*, che attribuisce agli abitanti il ruolo di custodi del patrimonio materiale e soprattutto immateriale delle comunità: tutti coloro che in qualche modo sono legati al territorio delle 'Terre di Mezzo' sono chiamati a partecipare alla definizione condivisa della vera identità delle proprie comunità e del proprio patrimonio. In questo momento, il progetto raccoglie i risultati dell'ultimo anno e mezzo di lavoro: dopo l'organizzazione dei primi Comunitour, passeggiate culturali guidate dagli stessi abitanti, l'allestimento di mostre itineranti, la posa delle plaquette con QR-code di identificazione dei beni mappati, lo sviluppo di un progetto cartografico, le comunità sono impegnate dal 2020 in un percorso collettivo di tipo sperimentale, conoscitivo, creativo e inclusivo volto alla nascita dell'Ecomuseo delle 'Terre di Mezzo'. L'area del Parco Val Grande è frequentata in relazione alla sua natura incontaminata e conosciuta per la sua area *wilderness*, più estesa d'Europa; le 'Terre di Mezzo' sono collocate tra i monti e le valli dell'Ossola, zona di turismo soprattutto invernale ed outdoor, e il lago Maggiore, polo di turismo lacuale di fama internazionale. In questo scenario, l'intento del progetto *Comuniterrae* è quello di far leva sul patrimonio locale partecipato e risignificato per generare ricadute turistiche secondo una prospettiva *slow*, responsabile e sostenibile. Eventi e tempi post pandemici potranno attingere a queste risorse per attrarre, depolarizzare e destagionalizzare flussi di domanda attenti e consapevoli.

Conclusioni

La pandemia ha ridisegnato completamente il settore turistico: la standardizzazione e le grandi mete paiono aver ceduto il passo alle scelte di prossimità. Da più parti, sia nei riferimenti della letteratura scientifica che nelle pratiche, si rimarca, e promuove, una spinta

al rilancio dei territori e delle economie locali. La diversa origine della domanda turistica post Covid-19, maggiormente nazionale/regionale piuttosto che internazionale, sembra in particolare riorientare il turismo interessato alla natura e cultura verso un segmento 'minore' e diffuso del patrimonio italiano: aree interne, aree protette e parchi, prodotti tipici di nicchia, monumenti culturali e borghi storici poco noti, alimentano un'offerta di 'turismo relazionale' ovvero di relazione con le culture e le persone del territorio visitato. E la relazione richiede e desidera scandire l'incontro, lo scambio e la conoscenza in tempi adeguati, dilatati, a 'respiro locale'. Emergono il turismo di prossimità, quello delle radici, quello *slow*, le destinazioni umane e i viaggi ispirazionali, il turismo *outdoor*, il cicloturismo, il cineturismo, gli itinerari: il settore esce dalla standardizzazione, si allontana dalle grandi mete, per riscoprire i viaggiatori domestici, a corto raggio, rivalutando i piccoli paesi, la ricettività extralberghiera in nome dell'esperienza e della condivisione. La pandemia pare cambiare in modo definitivo il paradigma del viaggio che già era in fase di trasformazione: si torna a viaggiare a piedi, come pellegrini o antichi viandanti: è tempo di cammini. Ed è anche in crescita il tema della residenzialità affettiva, che nasce dall'attaccamento ai luoghi visitati: spesso si traduce in un concetto nuovo, quello della 'restanza' (Teti, 2019), che fa dell'identità dei territori e di chi li abita un'idea mobile, dinamica, aperta. In molti casi riguarda borghi e paesi in via di spopolamento: ci si innamora dei luoghi e delle comunità locali. E si resta.

Bibliografia

Albanese V., «Slow tourism e nuovi media: nuove tendenze per il settore turistico», in *Bollettino della Società Geografica Italiana*, n. 13, 2013, pp. 489-503.

Calzati V., *Nuove pratiche turistiche e slow tourism. Il caso della Valnerina in Umbria*, Milano, FrancoAngeli, 2016.

Calzati V., De Salvo P., «Slow tourism: a theoretical framework», in Clancy M. (ed.), *Slow Tourism, Food and Cities. Pace and the Search for the Good Life*, London, Routledge, 2017, pp. 33-48.

Cerutti S. «Geografie perdute, storie ritrovate: percorsi di partecipazione e sviluppo locale nelle Terre di Mezzo», in *Rivista Geografica Italiana*, n. 3, 2019, pp. 57-80.

Cerutti S., Cottini A., Menzardi P., *Heritography. Per una geografia del patrimonio culturale vissuto e rappresentato*, Roma, Aracne Editrice, 2021.

Dall'Aglio S., «Slow Tourism Seminar». Econstat Strategies for the Travel Industry, Slovenia, 11th November 2011.

Gheorghe G., Marin-Pantelescu A., «Slow Tourism in the View of the Researchers», in *Basiq*

International Conference *New Trends in Sustainable Business and Consumption Conference Proceedings*, 4-6th June 2020, Messina, 2020, pp. 1156-1163.

Heitmann S., Robinson P., Povey G., «Slow food, slow cities and slow tourism», in Robinson P., Heitmann S., Dieke P.U. (eds.), *Research themes for tourism*, Wallingford, CABI, 2011, pp. 114-127.

Magnaghi A., «Introduzione», in Frascaroli E., Allegretti G. (eds.), *Percorsi condivisi. Contributi per un atlante di pratiche partecipative in Italia*, Firenze, Alinea, 2006.

Morvillo A., Becheri E. (eds.), *Dalla crisi alle opportunità per il futuro del turismo in Italia. Supplemento alla XXIII Edizione del Rapporto sul Turismo Italiano*, Roma, Rogiosi Editore, 2020.

Pileri P., Moscarelli R. (eds.), *Cycling & Walking for Regional Development. How Slowness regenerates Marginal Areas*, Springer, Cham, 2021.

Salvatore R. «Turismo lento come pratica di sostenibilità innovativa», in *Culture della sostenibilità*, n. 6, 2013, pp. 283-293.

Serdane Z., Maccarrone-Eaglen A., Sharifi, S., «Conceptualising slow tourism: A perspective from Latvia», in *Tourism Recreation Research*, n. 45, 3, 2020, pp. 337-350.

Teti V., «La restanza», in *Scienze del Territorio*, n. 7, 2019, pp. 20-25.

UNITS, «Slow tourism. Valorizzazione e promozione di itinerari turistici slow tra l'Italia e la Slovenia. Guidelines for the slow tourism», *Italia Slovenia EU Programme 2007-2013*, Working Package WP2, 2011.

Valls J. F., Mota L., Vieira S.C.F., Santos R., «Opportunities for slow tourism in Madeira», in *Sustainability*, n. 11, 2019, p. 4534.

Sitografia

<http://www.slowtourism-italia.org/>

<https://www.slowtravels.it/>

<https://opencoesione.gov.it/it/pillole/data-card-turismo-lento/>

<https://www.alpine-pearls.com>

<https://www.mobilitadolce.net/>

<https://www.univco.it/>

<http://www.comuniterrae.it/>

Turismo, territorio y educación. Una aproximación a partir de la obra literaria de Vicente Blasco Ibáñez

Alexandre Bataller Català

1. Introducción

La vida y la obra del escritor valenciano Vicente Blasco Ibáñez (València, 1867-Menton, 1928) es un ejemplo de valorización del territorio literaturizado en sus novelas (desde la Valencia urbana y marinera hasta el paisaje de la Huerta y la Albufera, por poner unos ejemplos). Blasco Ibáñez fue escritor, político, periodista, editor, viajero e incluso fundador de colonias en Argentina. Polifacético y prolífico, Blasco se definió a sí mismo como «un agitador, un artista enamorado de la acción». Su figura y su obra no tuvieron que esperar a su muerte para traspasar fronteras, ya que en su época fue un hombre generalmente respetado y admirado tanto en España como en el extranjero. Viajero incansable, llegó a dar la vuelta al mundo y vivió en otras ciudades, pero nunca olvidó su Valencia natal, donde regresó en numerosas ocasiones. De ello da muestra su itinerario literario y viajero alrededor del mundo (1923-1924) y sus obras sobre Italia, Argentina, etc. Se ha dicho de él que

Seguramente no existe en el mundo otro escritor más viajero que el valenciano Blasco Ibáñez, no sólo dio la vuelta al mundo en los últimos años de su vida, sino que toda ella fue un continuo viaje, bien por razones políticas, literarias, económicas o lúdicas [...] (Bas, 2003, p. 227).

Un acceso interesante a la obra de Blasco, que planteamos en este trabajo, es la aportación que pueden llevar a cabo las rutas literarias, los itinerarios culturales y las diferentes propuestas de valorización del territorio a partir de la vida y obra de este escritor valenciano. En concreto, nos centraremos en rutas literarias realizables en el territorio valenciano y español, aunque nos referiremos a la casa Fontana Rosa en Mentón, donde murió el escritor valencia-

no, que cuenta con un interesante «jardín de los novelistas», que hoy en día es un destino turístico objeto de algunos viajes programados, a pesar de un cierto abandono.

En la ciudad de Valencia, tomando como centro la Casa Museo Blasco Ibáñez (de gestión municipal), en la playa de la Malvarrosa, cercana al barrio mariner del Cabañal, se han desarrollado diversas rutas literarias siguiendo el itinerario de diversas novelas (*Flor de mayo*, etc.). Tota la ciudad de Valencia se ha resignificado con localizaciones sobre la vida y la obra del autor. Asimismo, se ha puesto en valor la Huerta valenciana, con rutas como ‘*La Barraca*’ o la Ruta en Burjassot relacionada con la vida del autor. En la población valenciana de El Palmar, en la Albufera, donde se rodó la serie de televisión *Cañas y Barro*, el año 1978, la economía se transformó de la agricultura y la pesca al turismo. El parque natural de la Albufera de Valencia es escenario de diversas rutas de turismo educativo y sostenible sobre Blasco Ibáñez. Además, dos ciudades valencianas cuentan con rutas literarias basadas en novelas de Blasco: Alzira (*Entre naranjos*) y Peñíscola (*El Papa del Mar*). También se ja puesto en marcha una ruta literaria basada en una novela de Blasco (*La catedral*) en la ciudad castellana de Toledo.

2. Vicente Blasco Ibáñez: un escritor polifacético y viajero

Para acercarnos al concepto de viaje y viajero de Blasco podemos tomar como ejemplo las opiniones de su libro *En el país del arte*, nacido de los artículos que fue publicando en el diario valenciano *El Pueblo* durante la primavera del año 1896, siguiendo su viaje italiano iniciado en el puerto de Génova, que recorrerá la península hasta Nápoles y volviendo a ascender hasta Venecia. Blasco adopta el punto de vista del observador y admirador del entorno, no el del turista que hoy en día todos reconocemos:

[...] Bandas de *touristas* ingleses que, guía en mano, sobre el cogote el sombrero de paja y pisando recio con sus borceguíes amarillos, corren todo el mundo en busca de novedades, pasan como relámpagos por diversas naciones, viendo mucho y comprendiendo poco, y con el mismo ‘¡oooh!’ de satisfacción admiran la catedral de Milán que la plaza de toros de Madrid (Blasco Ibáñez, 1896, p. 38).

La obra de Blasco ofrece muchas posibilidades para el viaje, como demuestra en su obra *Oriente* (1907). Del viaje comenzado en agosto de 1907 desde la ciudad balneario de Vichy hasta Budapest, pasando por Suiza, Alemania y Austria, nos ofrece una descripción de la Europa de comienzos de siglo, hasta llegar a Constantinopla. Otro ejemplo paradigmático es el viaje de Blasco a Argentina para impartir conferencias en

1909, que le llevó a recorrer durante seis meses el país, volver para componer el libro *Argentina y sus grandezas* (1910) y convertirse durante unos años en colonizador de tierras en Argentina.

En *La vuelta al mundo de un novelista*, narra el viaje que emprendió en 1921 a bordo del buque Franconia y que le llevó a recorrer el mundo durante seis meses. El libro se publicó en 1924 en tres tomos:

1. Libro I: Estados Unidos, Cuba, Panamá, Hawái, Japón, Corea, Manchuria.
2. Libro II: China, Macao, Hong Kong, Filipinas, Java, Singapur, Birmania, Calcuta.
3. Libro III: India, Ceilán, Sudán, Nubia, Egipto.

En 1921, la superproducción basada en su primera novela sobre la guerra, *The Four Horsemen of the Apocalypse*, en la que debutó Rodolfo Valentino, consiguió gran éxito y dió al autor un renombre internacional que fue aumentando en los años siguientes, con nuevas adaptaciones filmicas de sus novelas. Con la conquista de Hollywood la fama del escritor valenciano se universalizó (Fourrel de Frettes, 2018).

2.1 La Casa Museo Vicente Blasco Ibáñez, entre el turismo y la educación

2.1a La Casa Museo

Vicente Blasco Ibáñez construyó su chalet en la playa de la Malvarrosa de València en 1902, un edificio de tres plantas rodeado de un jardín. En su primer piso destaca la gran terraza abierta al Mediterráneo sostenida por dos cariátides de inspiración griega y nueve pilares de estilo jónico. En su día además los muros estaban pintados con frescos de estilo pompeyano. Desde ella, instalado en una mesa de mármol de Carrara, escribió Blasco Ibáñez algunas de sus obras más conocidas. La casa fue incautada por el Ayuntamiento franquista después de la Guerra Civil, cayó en desuso y fue abandonado, quedando en ruina en la década de los ochenta y siendo derribado en su totalidad. El Ayuntamiento en la década de los noventa lo reedificó respetando su fisonomía original, e instalando en él la Casa Museo de Blasco Ibáñez, que acoge retratos y esculturas del escritor y su familia, así como muebles, documentos y objetos de su vida. En la actualidad la Casa-Museo consta de tres plantas: en la planta baja se encuentran el Salón de actos y la Sala de exposiciones, en la primera planta el museo propiamente dicho y en la segunda planta el centro de investigación. Además, dispone de un amplio jardín en su parte posterior y una magnífica vista del mar Mediterráneo desde su frontal. La finalidad de la Casa-Museo, además de conservar y dar a conocer el legado de Blasco Ibáñez, es potenciar la difusión de su figura y obra, tanto a nivel popular y didáctico como a nivel académico en los circuitos universitarios nacionales e internacionales.

Actualmente, esta casa museo es un espacio de mediación literaria entre la obra literaria de Blasco Ibáñez y los visitantes¹. Consideramos que la casa de un escritor es también una forma de territorialización de la literatura. Las casas museo son una invitación para el visitante para descubrir los alrededores y no resulta extraño prolongar una visita con una ruta literaria. Cabe recordar que, además de la promoción turística, las funciones sociales de los centros de patrimonio literario son la educación, el territorio, la investigación y la divulgación (Bonniot-Mirloupe, Blasquie, 2016).

2.1b La oferta de rutas literarias

Se ha señalado, en el ámbito de la experiencia turística, como acto de veneración ritual a los espacios, que existe una semiótica de la atracción de los lugares. Los lugares que tienen significación especial pueden ser recorridos mediante el recurso de la ruta literaria:

Per això la literatura crea sights, llocs amb significació especial: ciutats, paisatges, carrers, escenaris, establiments [...] que complementen l'experiència de la lectura mitjançant la visita i les rutes literàries (Salvat, 2015, p. 80).

La ruta literaria funciona como recurso para la educación literaria, orientada hacia la formación de la recepción de los textos y las producciones literarias y para capacitar a los estudiantes a comprender el discurso literario. En los últimos años, las rutas literarias se han introducido en contextos educativos en un nuevo paradigma de promoción y divulgación de la lectura (Bataller, 2014).

El concepto de la emoción que despierta el texto literario recordado en el lugar que le da sentido, para conseguir una empatía con la obra literaria es compartido tanto en el ámbito turístico como en el educativo:

El texto, leído en el lugar que evoca y describe, permite hacer propias las sensaciones y los sentimientos expresados por un autor y revivirlos. La posibilidad de producir una reacción emotiva en los participantes es uno de los principios básicos de una ruta literaria y una de las características que han propiciado que proliferen en el mundo entero (Uccella, 2013, p. 71).

En diversas ocasiones, hemos realizado rutas literarias con estudiantes universitarios de Magisterio, que nos han llevado a la Casa Museo de Blasco (fig. 1).

¹ En el País Valenciano, las casas de escritores son muy escasas (hemos contabilizado nueve, en un estudio reciente, Bataller, 2017) y el turismo cultural relacionado con la literatura tiene una escasa presencia, a pesar que los autores clásicos del siglo XV sean mayoritariamente valencianos.



Figura n. 1
Estudiantes de Magisterio en la Casa Museo Blasco Ibáñez (9.03.2018)
Fuente: A. Bataller

El director de la Casa Museo Blasco Ibáñez nos explica que las rutas literarias ofrecidas por el Museo están trazadas siguiendo los escenarios que recorren los personajes de las novelas *La barraca* y *Entre naranjos*. Su diseño permite situar las obras y la biografía de Blasco en los lugares que aún existen y vincularlas a los museos que hay en la ciudad.

Los documentos y mapas de las rutas por el centro histórico de Valencia, que pueden descargarse en línea en la página web del museo, incluyen pasajes de las obras del escritor y fotos antiguas que permiten comparar los edificios actuales con los antiguos. Están pensados para poder recorrer de forma autónoma estos lugares literarios. Además, las rutas incluyen actividades didácticas².

Uno de los atractivos de la visita de la Casa de Blasco en la Malvarrosa es la relación establecida entre el escritor y el pintor Joaquín Sorolla (1863-1923), famoso mundialmente por captar en sus pinturas la luz de esta misma playa, descrita así por el novelista valenciano en el prólogo a la segunda edición de la novela *Flor de Mayo*, que se publicó por primera vez en 1895:

² Recientemente, en mayo de 2021, el ayuntamiento de València, desde la Casa Museo, para conmemorar el centenario de la semana de homenajes ofrecidos al escritor en mayo de 1921 ha elaborado el documento 'Itinerario Blasco Ibáñez', en tres lenguas, con apartados dedicados a la literatura, a los espacios patrimoniales y a los nueve lugares de la ciudad donde el escritor valenciano pronunció sendos discursos: http://www.casamuseoblascoibanez.es/wp-content/uploads/2021/05/Itinerari_VBI_190521.pdf.

Muchas veces al vagar por la playa preparando mentalmente mi novela, encontré a un pintor joven – solo tenía cinco años más que yo – que laboraba a pleno sol, reproduciendo mágicamente sobre sus lienzos el oro de la luz, el color indivisible del aire, el azul palpitante del Mediterráneo, la blancura transparente y sólida al mismo tiempo de las velas, la mole rubia y carnal de los grandes bueyes cortando la ola majestuosamente al tirar de las barcas. Este pintor y yo nos habíamos conocido de niños, perdiéndonos luego de vista. Venía de Italia y acababa de obtener sus primeros triunfos (Blasco Ibáñez, 1923, p. 10).

Con motivo de la exposición de Joaquín Sorolla a la National Gallery (2019) *Sorolla: Spanish Master of Light*, en febrero de 2019 el organismo autonómico de promoción turística ‘Turisme Comunitat Valenciana’ organizó una visita a la ciudad de València para la prensa británica con el objetivo de conocer la ciudad natal de Sorolla y los entornos que le sirvieron de inspiración en su obra. Representantes de la National Gallery y periodistas de divesos medios (*Daily Telegraph*, *Mail on Sunday*, *Radio Times*, *The New European*, *Country Life*, *The Spectator*, *The Art Newspaper*, *Daily Mail* y *The Times*) visitaron la playa de la Malvarrosa, el barrio del Cabanyal y, finalmente, el museo Vicente Blasco Ibáñez.

Desde la Casa Museo, todos los viernes entre el 13/11/2020 y el 12/02/2021 se ha realizado la visita guiada llamada ‘Ruta Vicente Blasco Ibáñez, Cabanyal y Flor de Mayo’, con una duración de 90 minutos y un aforo máximo de 6 personas, a partir de los lugares descritos por la novela *Flor de Mayo*.

En conclusión, como dato significativo, en 2017, el año del 150 aniversario del nacimiento del escritor, hubo más de 14.000 visitantes, pero lo más normal es estar sobre los 12.000 visitantes. En 2020 se llegó a la cifra de 6.200 visitantes, una bajada debida a los efectos del confinamiento provocado por la pandemia. En todos los casos, el público escolar supone aproximadamente el 50% del público habitual.

3. Rutas literarias Blasco Ibáñez.

De los lugares literarios a las rutas literarias

3.1 Ruta Vicente Blasco Ibáñez (Biblioteca Valenciana)

En julio de 2012 se presentó la ‘Ruta Vicente Blasco Ibáñez’, un mapa virtual que pretendía acercar a los visitantes la vida y la obra del escritor valenciano a partir de 37 puntos, entre los que se encuentran los museos de la ciudad (el Museo de Bellas Artes de Valencia, el Centro del Carmen o el Museo Valenciano de la Ilustración y la Modernidad), monumentos o edificios emblemáticos, y barrios históricos de la Valencia de finales del XIX y comienzos del XX, la Valencia urbana con las grandes vías como la calle Las Barcas donde

instaló su primera editorial y también la Valencia costumbrista y tradicional que inspiró sus novelas: la huerta, la Albufera, y la Malvarrosa.

La ruta es un mapa virtual al cual podía accederse desde la web de la Biblioteca Valenciana. Cada uno de estos puntos incluye una breve descripción, y se acompaña de diversas imágenes actuales e históricas. Además, se incluyen las portadas de sus novelas. El recorrido por los escenarios relacionados con Blasco Ibáñez se puede seguir cronológicamente o a través de cuatro itinerarios que responden a la vida personal de Blasco, a su devenir literario y político, a los lugares de memoria en torno a su figura y al denominado ciclo valenciano de su creación literaria.

El secretario autonómico de Cultura y Deporte de ese momento, Rafael Ripoll, habló, desde el punto de vista de los destinatarios, además de los destinatarios relacionados con el ámbito educativo, de la unión de cultura y turismo:

La misma ciudad que Sorolla pintó, descrita por Blasco Ibáñez. Con su proyección internacional ambos artistas exportaron una idea de Valencia y de nuestra Comunitat, que hoy en día sigue siendo motivo de atracción turística. [...] La Ruta Blasco Ibáñez busca potenciar el turismo cultural en nuestra Comunitat como motor de desarrollo. Se trata de un proyecto elaborado en la línea del binomio cultura-turismo, una de las estrategias de trabajo de la Conselleria de Turismo, Cultura y Deporte³.

3.2 Rutas literarias Blasco Ibáñez en València

El Ayuntamiento de Valencia, a través de la web 'Cultural Valencia', ha presentado el 2021 24 itinerarios para que los ciudadanos puedan redescubrir la ciudad, a la vez que formarse. La web incluye una ficha para cada recorrido, con el nivel de dificultad, duración de los mismos y puntos de partida y finalización y un mapa de Google Maps con el recorrido. Cuatro de estos recorridos, con una duración entre 90 y 120 minutos tienen que ver con cuatro obras literarias de Vicente Blasco Ibáñez (fig. 2).

Son los siguientes:

1. Cuentos valencianos (1)
2. Cuentos valencianos (2)
3. Entre naranjos.
4. La barraca.

Cada una de estas rutas presenta entre 4 y 10 paradas, que están acompañadas de la lectura de un fragmento literario, que es comentado y contextualizado.

³ elperiòdic.com, 09/07/2012.

Rutas

FILTROS

Tipos ▾

Materias ▾

- Històrica
- Literària
- Patrimonial
- Turística

En este apartado te mostramos una serie de recorridos que contribuirán a que conozcas mejor la ciudad. Descubrirás, a través de los itinerarios sugeridos, sus rincones menos conocidos, los lugares que algunos de los personajes que forman parte de nuestra memoria frecuentaron y que te permitirán apreciar la cultura, la idiosincrasia y la historia de Valencia y los valencianos.

4 Resultados



Cuentos Blasco Ibañez – Ruta 1

A peu Literària

La primera ruta de Cuentos de Blasco Ibañez permite redescubrir espacios existentes como la plaza de toros y otros ya desaparecidos como la puerta de San Vicente y el penal de San Agustín, incluso otros en los solares del cual hay edificaciones con usos muy diferentes, caso de la prisión de Sant Gregori.



Cuentos Blasco Ibañez – Ruta 2

A peu Literària

En este segundo itinerario, llegaremos hasta el centro histórico de la ciudad, partiendo desde el oeste y cruzando la cama del Turia a través del mismo puente por el cual discurría lo roder que protagonizaba el relato, ya citado, de «Guapeza valenciana».



Entre naranjos

A peu Literària

Ateniéndonos a lo narrado en la novela Entre naranjos, se traza una ruta donde se sitúan los espacios por los que transitó el protagonista alceirho del relato en su breve estancia en la ciudad antes de emprender una fuga amorosa con la hermosa cantante de ópera Leonora.



La barraca

Figura n. 2
EO oferta rutas literarias Blasco Ibáñez. Ayuntamiento de Valencia
 Fuente: <https://cultural.valencia.es/es/rutas/>

La serie de televisión *Cañas y barro*, basada en la novela de Blasco de 1902, se transmitió en seis capítulos semanales el 1978, con una audiencia estimada en 17 millones de espectadores (George, 2011). Como el rodaje se hizo en la población valenciana de El Palmar, el número de visitantes que se interesó por la población aumentó. Desde entonces la población transformó su actividad económica, de la agricultura y la pesca al turismo, en conexión con la literatura de Blasco Ibáñez. En los últimos tiempos, diversas empresas turísticas suelen incorporar la ruta de Blasco Ibáñez por la Albufera entre sus propuestas.

3.3 Ruta Blasco Ibáñez en Burjassot (València)

Patrocinada por la Regidoria de Turisme de l'Ajuntament de Burjassot y la colaboración de la Fundacion Centro de Estudios Vicente Blasco Ibáñez, se propone recorrer los lugares más emblemáticos de la vida de Blasco en Burjassot de la mano de la Universitat

Popular de Burjassot. La vinculación de Blasco Ibáñez con Burjassot era tal que durante las campañas electorales que le llevaron a ser diputado en Cortes (entre 1898 y 1906) siempre acudía a Burjassot para abrir o cerrar las campañas. La ruta recorre algunos de los lugares que tuvieron una mayor vinculación con el escritor, periodista y político valenciano. Se contemplan los paisajes de la huerta descritos en la novela *Arroz y Tartana*:

Al frente, Burjasot, prolongada línea de tejados con su campanario puntiagudo como una lanza; más allá, sobre la obscura masa de pinos, Valencia achicada, liliputiense, cual una ciudad de muñecas, toda erizada de finas torres y campanarios airosos como minaretes moriscos; y en último término, en el límite del horizonte, entre el verde de la vega y el azul del cielo, el puerto, como un bosque de invierno, marcando en la atmósfera pura y diáfana la aglomeración de los mástiles de sus buques (Blasco Ibáñez, 1924, p. 177).

Se pasea por la calle de Blasco Ibáñez, antigua calle Mayor, que Burjassot rotuló en 1917 en su honor con motivo de la celebración de su 50 aniversario. Se recorre la calle de Jorge Juan, escenario de las multitudinarias ‘procesiones cívicas’ que partiendo de Valencia llegaban hasta el obelisco dedicado a los ‘mártires de la libertad’ y que llegaron a congregarse hasta 14.000 personas. En la plaza de Emilio Castelar, donde está situado el actual Ayuntamiento, visitaron la casa que el padre de Blasco Ibáñez construyó como segunda residencia sobre el solar que adquirió en 1878 y donde un jovencísimo Blasco Ibáñez escribió algunos de sus primeros relatos. Esta casa contaba con una torre miramar desde la que Blasco pudo contemplar el monumento de Los Silos y una vista privilegiada de la huerta, que se extendía sin obstáculos hasta el mar. El recorrido continúa por la explanada de Los Silos y continúa por el paseo de Concepción Arenal, donde está situado el monumento que Burjassot acordó dedicarle en 1931 y que se inauguró en 1938, en plena Guerra Civil española. Tras ser destruido al finalizar la contienda, fue recuperado y restaurado en 1982, ocupando en la actualidad un lugar privilegiado.

El Ayuntamiento de Burjassot impulsa actualmente un museo para la difusión de la figura de Blasco Ibáñez entre los vecinos de Burjassot, especialmente los más jóvenes y la potenciación del turismo cultural vinculado al autor con la reanudación de la ruta ‘Blasco Ibáñez y Burjassot’, inaugurada en 2017, con motivo del 150 aniversario de su nacimiento.

3.4 Ruta ‘Entre Naranjos’ (Alzira)

La población valenciana de Alzira, en la comarca valenciana de la Ribera, que dió origen al inicio del cultivo de la naranja, fue la ciudad que inspiró a Blasco Ibáñez en su obra *Entre naranjos*, que fue escrita en 1900. Sobre la novela podemos destacar estas tres modalidades de ruta, con diferentes objetivos educativos, turísticos y culturales.

1. El 25/04/2010 Alumnos y profesores del Club de Lectura de la UNED, procedentes de diversos puntos de España, realizaron Ruta Literaria de Blasco Ibáñez por Alzira, con inicio en la ‘Muntanyeta del Salvador’ y el monumento a Blasco Ibáñez.
2. El 10/05/2017 los alumnos de 4º de ESO del colegio La Purísima de Alzira, después de estudiar la novela de Blasco, realizan una ruta literaria-
3. El 14/06/2017 se realizó la ruta ‘Entre naranjos’, para conmemorar el 125 aniversario de la cooperativa agrícola Alzicoop, con 67 participantes.

3.5 Ruta ‘El papa del Mar’ (Peñíscola)

La ciudad de Peñíscola se alza sobre roca costera. Tras sus potentes murallas, en una península unida a tierra por un istmo, y rodeada de una costa baja y arenosa conforma un magnífico paisaje. Su castillo fue refugio de Benedicto XIII, de nombre secular Pedro Martínez de Luna (1328-1423), más conocido como «Papa Luna», que fue papa Aviñón. Fue excomulgado y se refugió en Peñíscola desde 1411 a 1423. Vicente Blasco Ibañez ambienta su novela *El papa del mar* (1925) en esta ciudad.

La empresa turística “Vive Peñíscola”, definida como “un equipo joven apasionado por su tierra y con ganas de convertir vuestra escapada, o simplemente unas horas de vuestra vida, en momentos especiales y difíciles de olvidar, donde aprender, divertirse, emocionarse, crecer...” (Vive Peñíscola, 2021), ofrece una ruta literaria para recorrer Peñíscola a partir de la novela de Blasco Ibáñez. Una ruta activa, que combina la historia y la literatura, que ofrece diversas experiencias sobre el territorio urbano, como se describe en la promoción de la ruta:

[...] Investiga junto a los protagonistas de la novela de Blasco Ibáñez los últimos años del Papa del Mar en nuestra ciudad. [...] Conoce sus secretos, sus escenarios: el castillo, los lavaderos, los marineros y sus redes, el Bufador, las murallas, las piedras gastadas de su pavimento. [...] el Papa Luna logró sobrevivir gracias a una infusión de hierbas medicinales, la tisana del Papa Luna. Saboréala en esta ruta. [...] (ibidem).

3.6 Ruta literaria ‘La catedral’ (Toledo)

En 1903 Vicente Blasco Ibáñez termina de escribir *La Catedral*, novela que expone y denuncia la situación social, política y económica de la España de finales del siglo XIX. Poniendo un énfasis especial en el mundo del clero. La novela viene a ser como un recorrido virtual por todos los elementos de la catedral de Toledo.

Además de la aportación de alguna guía de turismo local, debemos señalar que, organizada por la asociación cultural Cuéntame Toledo, el 25/11/2017, en el marco del IX Festival CiBRA del Cine y la Palabra, organizó una ruta literaria por Toledo a partir de la Catedral.

4. Fontana Rosa (Menton). Un espacio literario en la Costa Azul

En 1920 Blasco se trasladó con su segunda esposa Elena a Mentón, en la Costa Azul. Construyó una casa, la Fontana Rosa, también llamada 'Le Jardin des Romanciers'. Remodeló el jardín para dejar su sello personal, con evocaciones a Valencia, un jardín revestido de azulejos que dedicó a los novelistas, en particular a sus autores favoritos: Cervantes, Dickens y Balzac, los tres que presiden el portón de entrada. La biblioteca de 20.000 volúmenes era el rincón de trabajo y también sala de cine donde deseaba proyectar películas basadas en sus obras.

Fontana Rosa pertenece desde 1990 al Patrimonio Histórico francés. Está en Mentón, «el lugar más bello y poético de toda la Costa Azul» según el escritor valenciano. Una ciudad muy pequeña, junto a la frontera italiana, que había pertenecido al principado de Mónaco y se anexionó a Francia en 1860. La villa de Blasco Ibáñez, abandonada prácticamente tras su muerte y requisada por los ejércitos italiano y alemán durante la Segunda guerra mundial, fue vendida a una inmobiliaria en los años setenta. Se ha recuperado una mínima parte, el jardín, que es visitable. Se puede percibir la esencia de lo que Blasco quiso construir, como refleja su descripción del jardín:

Una de las primeras mañanas del otoño de 1928. Estoy sentado en un banco de mi jardín de Mentón. Árboles, estanques, arbustos floridos, pájaros y peces, parecen esta mañana completamente distintos a lo que veo diariamente. Algo sobrenatural anima cuanto me rodea, como si durante la noche se hubieran trastornado los ritmos y valores de la vida. El jardín me habla (Blasco Ibáñez, 1924, v. 1, p. 7).

Como muestra de un producto turístico que promociona el lugar señalamos que una agencia de viajes valenciana que se aleja del turismo convencional, Fil-per-randa (véase Candel, Marqués, 2014), organiza habitualmente viajes con destino a Mentón, para conocer el legado del novelista valenciano.

1. «La costa ligure en tren. Génova-Cinqueterre-Portofino-Mentón». Es un viaje de siete días (del 07/09/2018 al 14/09/2018). De Génova se hace un traslado en autobús a Mentón el día 9 de septiembre con el lema 'Blasco Ibáñez y Mentón'. Se describe como una pequeña ciudad de aspecto italiano situada al fondo de una bahía abrigada por acantilados entre montañas cultivadas por limoneros, naranjos y olivos. Un paisaje mediterráneo que recuerda al valenciano, razón que justifica la construcción de la Fontana Rosa por parte de Blasco.
2. «Fin de año a la Riviera. La Costa de los artistas». Viaje previsto para 8 días (27/12/2020 al 03/01/2021), que incluye la visita a Mentón el 30 de diciembre,

con el lema ‘De Blasco Ibáñez a Jean Cocteau’. La visita a la Fontana Rosa es el centro del viaje que se completa con la visita al nuevo Museo Jean Cocteau.

Conclusiones

Vicente Blasco Ibáñez ha sido y es el escritor valenciano con más proyección nacional e internacional para la valorización del territorio.

Las casas de escritores son espacios de mediación entre la ciudadanía y el legado literario de los escritores, lugares de encuentro entre la obra y el público lector, centros de difusión que incorporan programas educativos y actividades culturales y destinos de turismo literario. La literatura es una guía para descubrir el territorio, al tiempo que los espacios nos permiten experimentar las emociones literarias. Es por ello que las rutas literarias son un instrumento idóneo para esta finalidad.

La Casa Museo Blasco Ibáñez, como centro de patrimonio literario, además de la divulgación y la investigación, contribuye a la territorialización y a la generación de referentes educativos a partir de la obra del autor. Su emplazamiento en la playa de la Malvarrosa es inmejorable para estos propósitos.

Las posibilidades turísticas y educativas de Blasco Ibáñez no han hecho sino comenzar y tienen todavía un largo camino por recorrer y explorar.

Bibliografía

- Bas M., *Viajeros valencianos. Libros de viajes (ss. XII-XX)*, València, Ajuntament de València, 2003.
- Bataller A., «Las casas museo de los escritores valencianos. Espacios emergentes para la mediación literaria», in *RdM. Revista de Museología: Publicación científica al servicio de la comunidad museológica*, n. 70, 2017, pp. 126-133
- Bataller A., «Per a una didàctica de la llengua i la literatura vinculada al territori», in Bataller A., Gassó H. H. (eds.), *Un amor, uns carrers. Cap a una didàctica de les geografies literàries*, València, Publicacions de la Universitat de València, 2014, pp. 13-22.
- Blasco Ibáñez V., *En el país del arte: tres meses en Italia*, Valencia, Est. Tip. Pellicer, 1896.
- Blasco Ibáñez V., *Flor de mayo*, València, F. Sempere y Cia., 1895.
- Blasco Ibáñez V., *Cañas y barro*, València, F. Sempere y Cia., 1903.
- Blasco Ibáñez V., *Oriente (viajes)*, València, Prometeo, 1907.
- Blasco Ibáñez V., *Entre naranjos*, València, F. Sempere y Cia., 1909.
- Blasco Ibáñez V., *Flor de mayo*, València, Prometeo, 1923.

Blasco Ibáñez V., *Arroz y tartana*, València, Prometeo, 1924.

Blasco Ibáñez V., *El papa del mar*, València, Prometeo, 1925.

Blasco Ibáñez V., *La vuelta al mundo, de un novelista*, 3 vols., València, Prometeo, 1924-1925.

Bonriot-Mirloup A., Blasquie H., «De l'œuvre aux lieux: la maison d'écrivain pour passerelle», in *Territoire en mouvement. Revue de géographie et aménagement*, n. 31, 2016, pp. 1-19.

Candel J., Marqués M., «Fil-per-randa, una manera de viatjar», in Bataller A., Gassó H.H. (eds.) *Un amor, uns carrers. Cap a una didàctica de les geografies literàries*, València, Publicacions de la Universitat de València, 2014, pp. 23-30.

Fourrel de Frettes C., «Vicente Blasco Ibáñez: la Odisea de un escritor en el cine», in *Archivos de la Filmoteca*, n. 74, 2018, pp. 13-22.

George D.R., «Cañas y barro de Vicente Blasco Ibáñez: La adaptación oportuna», in *Hispania*, n. 94, 2011, pp. 577-588.

Salvat J., «El relat en el turisme», in Anciola M. (ed.) *La Literatura com a patrimoni i desenvolupament del territori: espais i rutes literàries*, Reus/Tarragona, Centre de Lectura/Publicacions URV, 2015, pp. 69-90.

Uccella F.R., *Manual de patrimonio literario: espacios, casas-museo y rutas*, Astúrias, Trea, 2013.

Sitografía

<http://fomentlector.es/proyete/ruta-literaria-vicente-blasco-ibanez/?lang=es>

<http://rebomboricultural.com/ca/actividad/ruta-blasco-ibanez/>

<http://recursos.efi.es/entre-naranjos-4o-eso>

<http://www.casamuseoblascoibanez.es/>

<https://andoyreando.com/castilla-la-mancha/toledo/visita-guiada-catedral-de-toledo-de-vicente-blasco-ibanez/>

<https://cultural.valencia.es/es/rutas/>

<https://www.nationalgallery.org.uk/exhibitions/past/sorolla>

<https://www.vivepeniscola.com/literaria/>

elperiòdic.com, Ripoll: «La Ruta Vicente Blasco Ibáñez recupera escenarios valencianos que inspiraron las novelas de este literato universal», https://www.elperiodic.com/valencia/ripoll-ruta-vicente-blasco-ibanez-recupera-escenarios-valencianos-inspiraron-novelas-este-literato-universal_184632

Vive Peñíscola, Ruta literaria: Blasco Ibáñez en Peñíscola, <https://www.vivepeniscola.com/literaria/>

Alla ricerca di luoghi autentici: la scoperta delle Cinque Terre tra Otto e Novecento

Andrea Zanini

1. Introduzione

Il tema dell'autenticità è sempre più presente all'interno degli studi in ambito turistico. Sebbene manchi ancora una definizione univoca e condivisa, non vi è dubbio che l'autenticità di una destinazione costituisca uno degli asset immateriali in grado di condizionare le scelte dei potenziali consumatori (Wang, 2017; Garau-Vadell et alii, 2021). Ciò si ricollega in termini più generali ai cambiamenti che hanno interessato il settore turistico negli ultimi decenni, dove si è assistito, da un lato, alla diffusione spaziale del fenomeno su scala mondiale (Gay, Decroly, 2018) e, dall'altro, alla moltiplicazione delle ragioni che spingono il turista a visitare un luogo, in particolare con il passaggio dal turismo di massa a quello post-moderno (Butler, 2008). La vacanza smette perciò di essere un prodotto standardizzato per divenire un prodotto multiforme, da declinare in maniera diversa proprio alla luce delle diverse motivazioni alla base della stessa, sino ad arrivare al limite estremo della vacanza tagliata su misura per il singolo ospite, attraverso processi di «massive customization» (Han, Cheng, 2013; Babu, 2014).

Anche se la domanda di autenticità ha assunto proporzioni consistenti solo di recente, essa ha radici ben più antiche di quanto si potrebbe immaginare. Tuttavia, per molto tempo ha interessato un numero esiguo di turisti, soprattutto artisti – letterati, musicisti, pittori – attratti dal gusto per l'esotico e il pittoresco. È un fenomeno antecedente rispetto all'avvento del turismo di massa e alla turistificazione dei luoghi, dal momento che già negli ultimi decenni dell'Ottocento si verifica una prima standardizzazione delle pratiche di viaggio e di turismo a livello europeo (Heiss, 2004, pp. 48-50). Tale processo favorisce la ricerca di destinazioni nuove, sconosciute, in grado di soddisfare le istanze di quanti ricercano mete alternative rispetto a quelle più in voga (Piana et alii, 2018).

Questo saggio esamina tale problematica focalizzandosi sul caso delle Cinque Terre, un'area della Liguria di Levante che comprende i borghi costieri di Monterosso, Vernazza, Corniglia, Manarola e Riomaggiore. Sebbene costituiscano oggi una delle mete italiane più popolari, non senza problemi di eccessivo affollamento e di sostenibilità ambientale, la loro fortuna turistica è un fenomeno relativamente recente (Dell'Agnese, Bagnoli, 2004; Van Der Yeught, 2009). Al contrario, tra Otto e Novecento, allorché numerose località delle due Riviere si impongono sul mercato turistico internazionale, le Cinque Terre restano tagliate fuori da queste dinamiche. Nonostante ciò, non passano del tutto inosservate: quando sono menzionate nelle guide turistiche, vengono descritte come località pittoresche, semplici, primitive. È un fascino che a quell'epoca non seduce il grande pubblico, ma richiama pochi appassionati e ispira alcuni artisti alla ricerca di quell'autenticità che le destinazioni alla moda hanno ormai perduto (Tarchiani, 1920).

2. La scoperta delle Cinque Terre

Negli ultimi decenni le Cinque Terre hanno acquisito crescente notorietà a livello mondiale, tanto da rappresentare una delle destinazioni turistiche italiane di maggiore richiamo (Candia et alii, 2020). Il primario fattore di attrazione è costituito dal patrimonio paesaggistico, frutto di una millenaria relazione simbiotica tra uomo e ambiente che ha prodotto uno scenario unico, di eccezionale valore culturale, tanto da essere inserito dall'Unesco nella Lista del Patrimonio Mondiale dell'Umanità come «paesaggio culturale» (Storti, 2004; Brandolini, 2017)¹.

Nonostante ciò, questo lembo di Liguria è rimasto a lungo tagliato fuori dai consueti itinerari di viaggio. Una delle ragioni è stata senza dubbio la difficile accessibilità. Per molti secoli i collegamenti terrestri erano garantiti unicamente da irte e strette mulattiere; l'unica alternativa era rappresentata dai percorsi via mare, peraltro ostacolati da approdi inadeguati e comunque poco sicuri (Redoano Coppedè, 1980-1982). La situazione muta nel 1874 allorché viene completata la linea ferroviaria tra Genova e La Spezia: Monterosso, Vernazza, Corniglia, Manarola e Riomaggiore vengono dotate di una stazione, ponendo fine così a una condizione strutturale di isolamento. Diversamente da quanto accaduto per molte altre località della Riviera, tra cui la vicina Levanto, all'arrivo della strada ferrata non ha fatto seguito l'avvio di un percorso di sviluppo turistico. Agli occhi dei borghesi della *Belle Époque*, infatti, questi borghi non vengono percepiti come possibili mete di

¹ L'inserimento è avvenuto nel 1997. Oltre alle Cinque Terre il sito comprende Portovenere e le piccole isole Palmaria, Tino e Tinetto.

villeggiatura e, complice anche l'assenza di strutture ricettive e di servizi idonei, rimangono estranei ai circuiti delle località climatiche e balneari alla moda (Verbas, 1978; Zanini, 2012). Malgrado ciò, a partire dagli anni Quaranta del diciannovesimo secolo iniziano ad essere inserite nelle guide turistiche internazionali che concorrono a promuoverne l'immagine di luoghi primitivi, esotici, in altri termini luoghi autentici *ante litteram*.

3. *L'immagine delle Cinque Terre nelle guide turistiche*

Negli anni Trenta dell'Ottocento, il miglioramento del tenore di vita dei paesi che hanno imboccato la via dello sviluppo economico e la diffusione di nuovi modelli di consumo favoriscono la crescita di un interesse per il viaggio da parte del ceto medio. In questo quadro la disponibilità di nuovi strumenti tecnologici e commerciali dà il via alla cosiddetta «industrializzazione del turismo» e permette di offrire una nutrita serie di prodotti e servizi in grado di soddisfare le aspettative dei consumatori (Tissot, 1996). Tra le novità che emergono in questa fase vanno sicuramente comprese anche le guide turistiche. Esse si differenziano dai testi preesistenti quali gli itinerari di viaggio, che illustrano i percorsi da seguire per raggiungere una determinata località, o i resoconti di viaggio, nei quali un viaggiatore, appunto, propone la propria esperienza, sforzandosi anche di fornire consigli pratici a chi avesse voluto seguirne le orme (Di Mauro, 1982). Le nuove guide che in breve tempo si impongono sul mercato internazionale sono sensibilmente diverse nella concezione e nella struttura, funzionali a soddisfare le esigenze di un turista borghese attento e consapevole, che si muove sempre più utilizzando i nuovi mezzi di locomozione, come treni e battelli a vapore. Sono testi compilati da autori che diventano esperti del settore e vengono pubblicati da case editrici che sovente si specializzano proprio in questo genere di opere. Per il turista hanno anzitutto una valenza orientativa: suggeriscono gli itinerari migliori e presentano le possibili destinazioni, grazie anche ad un corredo di carte geografiche, piante e vedute. Divengono poi fedeli compagni di viaggio che conducono alla scoperta della destinazione e suggeriscono che cosa è importante visitare, proponendo altresì le opportune chiavi interpretative per apprezzarne il valore e il significato². Le informazioni fornite sono minuziose e attendibili, spesso verificate sul campo e comunque aggiornate con regolarità; i giudizi espressi sui diversi luoghi e sui servizi disponibili si sforzano di essere imparziali. Ciò consente a tali testi di acquisire particolare autorevolezza e arrivare così a orientare le scelte di molte migliaia di turisti. La decisione dell'editore di includere una località all'interno

² Sul ruolo delle guide turistiche esiste una vasta pubblicistica. Per un quadro d'insieme si rimanda a Enzensberger, 1996; Gassan, 2005; Koshar, 1998.

della guida, e la descrizione che ne viene fornita, giocano pertanto un ruolo importante per richiamare l'interesse del potenziale visitatore e trasformarla così in una meta che entra progressivamente a far parte dei classici itinerari di viaggio. Tra le principali collane, che sin dalla loro comparsa hanno goduto di vasta fortuna presso il pubblico internazionale, vanno annoverate quelle editate dal londinese John Murray, in lingua inglese, e dal renano Karl Baedeker, disponibili in tedesco, inglese e francese³.

Nel 1842 viene pubblicata la prima edizione della guida Murray dedicata all'Italia settentrionale. Dopo una breve descrizione delle Cinque Terre, degne di nota per la bellezza del paesaggio e per la primitiva semplicità – almeno in apparenza – degli abitanti (anche se si precisa che talvolta le apparenze possono trarre in inganno), e un riferimento al «vino amabile» prodotto nella zona, si dedicano alcune righe a Monterosso, con la sua chiesa parrocchiale costruita agli albori del quattordicesimo secolo e provvista di una pregevole facciata in marmo. Si menziona poi il vicino santuario di Soviore dal quale è possibile godere di una vista particolarmente ampia, che può spaziare sino alla Corsica. Si riferisce altresì che, in occasione della festa della Vergine, celebrata ogni anno il 15 e il 16 agosto, vi accorrono numerose persone dai paesi vicini e la ricorrenza è accompagnata dallo sparo di fuochi d'artificio (*Handbook*, 1842). A questa descrizione, riproposta inalterata nelle successive sei edizioni, nel 1860 si aggiunge la precisazione che il tratto di costa fra Monterosso e Portovenere è particolarmente arido e privo di centri abitati di qualche rilievo (*Handbook*, 1860). L'immagine proposta è perciò quella di un paesaggio visto dal mare, pensata per coloro che, prima dell'apertura della linea ferroviaria, preferiscono percorrere il tragitto tra Genova e La Spezia in barca piuttosto che in carrozza, e che dunque avranno modo di osservare la costa tra Monterosso e Riomaggiore durante il viaggio⁴. La descrizione muta sensibilmente con l'avvento della strada ferrata, allorché si segnala che Monterosso dispone di una stazione, ma si continua a ignorare il tratto di costa successivo, e lo stesso accade sino alla fine del secolo (*Handbook*, 1877 e 1897).

La guida Baedeker relativa al Nord Italia vede la luce oltre vent'anni dopo rispetto alla Murray, inizialmente in tedesco e francese e, dal 1868, anche in inglese. Un primo elemento che colpisce è che inizialmente non vi è alcun riferimento alle Cinque Terre. Nel descrivere il percorso lungo la Riviera di Levante, l'autore spiega infatti che, dopo Sestri, la strada si sposta all'interno, lungo il valico del Bracco, e passa perciò a elencare i principali paesi incontrati e le strutture presso le quali è possibile sostare lungo il tragitto (Baedeker, 1868)⁵. Diversamente dalla Murray che presenta entrambe le possibilità, da Genova alla

³ Enzensberger, 1996, pp. 124, 129-130; Palmowski, 2002; Bruce, 2010, pp. 93-10; Damien, 2010; Goodwin, Johnston, 2013.

⁴ Questo testo viene riproposto anche negli anni successivi (*Handbook*, 1869).

⁵ Appare significativo segnalare che nella versione in francese la Riviera di Levante viene inclusa solo a

Spezia la guida Baedeker propone unicamente l'itinerario terrestre, tralasciando perciò di esaminare la porzione di costa dopo Sestri Levante⁶. Questa logica viene mantenuta sino alla quarta edizione inglese, pubblicata nel 1877, nella quale si prende atto dell'avvenuta apertura della ferrovia litoranea; anche se si continua a riportare l'itinerario stradale, da questo momento in poi l'attenzione si focalizza sul nuovo mezzo di comunicazione. Sono così elencate una dopo l'altra le diverse stazioni ferroviarie, da Monterosso sino alla Spezia, spiegando che sono intervallate da una serie di lunghe gallerie, senza però aggiungere ulteriori elementi descrittivi (Baedeker, 1877a)⁷.

Nel 1899, viene effettuata una integrazione: dopo aver menzionato Monterosso si precisa che il villaggio è famoso per il suo vino. Tale indicazione, però, scompare nella successiva edizione del 1903, forse perché ritenuta poco interessante per i potenziali turisti (Baedeker, 1899, p. 97; Baedeker, 1903, p. 103)⁸. Con il nuovo aggiornamento che vede la luce tre anni più tardi la località inizia a guadagnare un po' di spazio. L'elemento che probabilmente ha concorso a determinare tale cambiamento è la comparsa di una prima struttura ricettiva, una locanda, della quale però non vengono fornite particolari indicazioni. Del borgo si dice unicamente che possiede una chiesa gotica, le rovine di un castello e un'antica torre di avvistamento; si segnala poi il santuario di Soviore dove si precisa che è custodita un'antica immagine della Vergine Maria. Si sottolinea infine che i diversi centri abitati che costituiscono le Cinque Terre si trovano in una posizione molto riparata, anche se sono nettamente divisi l'uno dall'altro da elevate barriere collinari (Baedeker, 1906a). L'edizione del 1913 non arricchisce ulteriormente il quadro, anzi cancella il riferimento alla vecchia torre di osservazione (Baedeker, 1913a). In quello stesso anno, però, in un'altra guida dell'editore tedesco dedicata alla Riviera e alla Francia Sudorientale si precisa invece che a Monterosso è attiva la Pensione Maggiorasca, gestita da Frau Schmoll, il cui costo giornaliero oscilla tra le cinque lire e mezzo e le sette lire. Malgrado un'insegna italiana la titolare sembra dunque essere straniera, probabilmente svizzera o tedesca. Non vi sono indicazioni circa le dimensioni e il livello di servizio, ma i prezzi riportati confermano che si tratta di una realtà modesta; basti pensare che, a quell'epoca, un giorno di pensione al Grand Hotel della vicina Levanto costa dalle otto alle dieci lire, ma nelle località più alla moda, come Sanremo, può arrivare anche a venti lire (Baedeker 1913b)⁹. La scelta di segnalare la struttura suggerisce che essa viene ritenuta comunque

partire dalla terza edizione pubblicata nel 1865 (Baedeker, 1865).

⁶ Il viaggio via mare a bordo di moderni battelli a vapore è proposto lungo l'itinerario Genova-Firenze, via Livorno, senza tappe intermedie in Riviera (Baedeker, 1868).

⁷ Analoga impostazione nella versione tedesca dello stesso anno (Baedeker, 1877b).

⁸ Il riferimento al vino locale si trova anche in Baedeker, 1898.

⁹ L'indicazione manca nella precedente edizione della guida (Baedeker, 1906b, pp. 136-137).

adeguata a soddisfare le esigenze dei primi sporadici viaggiatori che, quasi come avventurosi esploratori, giungono in questo lembo della Riviera¹⁰.

Nel 1916 viene stampato il volume dedicato a Liguria, Toscana Settentrionale ed Emilia della collana del Touring Club Italiano, che costituisce di fatto la prima vera guida turistica rivolta alla clientela italiana, pubblicata a distanza di quasi dieci lustri rispetto alla Baedeker e a circa tre quarti di secolo rispetto alla Murray. Tale divario temporale riflette il tardivo avvio del processo di industrializzazione del nostro Paese, che si riverbera inevitabilmente anche sui tempi di sviluppo del turismo domestico (Cavalcanti, 2004; Berrino, 2011)¹¹.

Nell'opera, curata da Luigi Vittorio Bertarelli, vi sono anzitutto alcune note generali relative all'ambiente naturale delle Cinque Terre, «[...] il cui territorio è molto pittoresco, in ottime condizioni climatiche, ricco di ulivi, aranci e limoni», da cui si ricava anche un vino, «apprezzatissimo nella regione», sebbene in passato abbia avuto «rinomanza europea» (Bertarelli, 1916, p. 228)¹². Viene poi lamentata l'assenza di strade carrozzabili e si ricorda come il percorso della ferrovia sia quasi sempre in galleria, il che rende difficile ammirare il panorama. Ciò concorre a spiegare il limitato interesse mostrato dalle guide straniere nei confronti di quest'area del Levante ligure. Il borgo di Monterosso viene definito ancora una volta «assai pittoresco», con una bella chiesa risalente agli inizi del Trecento ornata da un «finestrone a rosa e facciata a zone di marmo bianco e di serpentino». Vi è poi attenzione per un elemento di modernità, «un curioso *gigante* in cemento armato» collocato nel giardino di una villa di recente costruzione¹³. Si segnala ancora che nella chiesa del convento dei Cappuccini si trovano «un dipinto del Badaracco ed una tavola della *Crocifissione*, attribuita a Van Dyck». Infine, si suggerisce di compiere un'escursione a Soviore, uno dei più antichi santuari della regione che in epoca medievale ha goduto di grande notorietà (Bertarelli, 1916).

La guida del Touring Club è dunque la prima a fornire anche elementi relativi al patrimonio storico-artistico di Monterosso, aiutando così gli Italiani a scoprire la località nelle sue multiformi dimensioni; tale scelta sarà mantenuta anche nelle successive edizioni¹⁴. Malgrado ciò non si può ancora parlare di un effettivo inizio di attività turistica, per il quale occorre attendere il periodo successivo alla Grande Guerra, allorché la progressiva affermazione del turismo balneare e la crescita della clientela nazionale cambiano

¹⁰ Un accenno ai primi sporadici arrivi si trova in Civinini, 1910.

¹¹ Sulla genesi delle guide turistiche nel nostro paese si veda Rosselli, 1995.

¹² Sulla storia della produzione vinicola del territorio si vedano Gasparini, 1992 e 2014.

¹³ Secondo la guida del Touring Club, la statua dello scultore ferrarese Giovanni Minerbi si troverebbe nella villa Pastorino; altre fonti, invece, fanno riferimento alla villa dell'avvocato Giovanni Pastine (Bertarelli, 1916, p. 228; Civinini, 1910, p. 260).

¹⁴ *Guida*, 1952, pp. 418-419; Touring Club Italiano, 2007, pp. 658-660.

sensibilmente il paradigma affermatosi in precedenza e favoriscono l'emergere di nuove mete (Zanini, 2012). Tra le Cinque Terre è Monterosso, l'unica dotata di una spiaggia sabbiosa, a fare da apripista. Nel 1932 dispone di uno stabilimento balneare in muratura con numerose cabine smontabili; per quanto riguarda invece le strutture ricettive è segnalata unicamente una modesta pensione con appena cinque camere, ma vi sono già all'epoca molti alloggi disponibili per l'affitto stagionale (Guida, 1932). I flussi sono però ancora contenuti: in quell'anno si stimano circa 800 villeggianti, quasi tutti di provenienza nazionale, per 17.000 pernottamenti complessivi, mentre la vicina Levanto registra già 2.400 arrivi e 69.000 presenze, peraltro con una quota non trascurabile di stranieri¹⁵. È tuttavia un chiaro segnale che ormai Monterosso è stata scoperta, anche se bisognerà attendere il miglioramento dei collegamenti stradali nel secondo dopoguerra affinché si pongano le premesse per una più compiuta affermazione turistica di tutta l'area, prima a livello nazionale e poi su scala internazionale¹⁶.

4. Conclusioni

A cavallo tra il diciannovesimo e il ventesimo secolo, le guide turistiche portano all'attenzione dei lettori, e dei potenziali turisti, città d'arte, località balneari, termali e di montagna, nonché altri luoghi significativi ubicati lungo un particolare itinerario, come le Cinque Terre. Vengono descritte come un'area pittoresca, caratterizzata da un ambiente naturale di pregio e alcuni tratti di autenticità in grado di affascinare i viaggiatori. In altri termini le guide turistiche presentano le Cinque Terre come un luogo alternativo da visitare rispetto alle località più popolari della *Belle Époque*.

Si può quindi sostenere che luoghi autentici e destinazioni turistiche alternative *ante litteram* esistevano già prima dell'avvento del turismo di massa. Proprio come oggi, in quanto destinazioni turistiche 'autenticamente alternative' rimangono fuori dai sentieri battuti e sono visitate unicamente da un esiguo numero di viaggiatori alla ricerca di luoghi sconosciuti da scoprire. Tuttavia, nel tempo le Cinque Terre hanno perduto questa caratteristica originaria, a causa dei mutamenti in atto nelle tendenze turistiche e nei modelli di consumo, arrivando ad essere una destinazione massificata e

¹⁵ Verbas, 1978, pp. 89-90. Il dato su Levanto è ricavato da Ente Nazionale Industrie Turistiche, 1933.

¹⁶ Ancora nel 1952, la quarta edizione della Guida del Touring Club dedicata alla Liguria descrive Monterosso come «[...] una tranquilla località di soggiorno raccolta in una valletta cinta da monti a vigneti e olivi e affacciata a una breve insenatura di mare a oriente della scoscesa Punta Mesco» e censisce unicamente due pensioni di terza categoria e tre trattorie con alloggio che, nell'insieme offrono un «conforto modesto». Lamenta però la mancanza di collegamenti stradali, per cui è necessario muoversi in treno o attraverso «alpestri sentieri» (Guida, 1952, p. 418; Touring Club Italiano, 1964, pp. 88-93; Verbas, 1978, pp. 90-97).

congestionata, non senza problemi per l'ambiente naturale e per il tessuto sociale che in buona parte attendono ancora di essere affrontati (Candia et alii, 2020; Gabellieri et alii, 2020; Vegnuti, 2020).

Bibliografia

Babu S.R., «Mass Customerisation: Next Generation Mass Customisation for Tourism», in *MERC Global's International Journal of Social Science & Management*, n. 3, 2014, pp. 115-119.

Baedeker K., *L'Italie. Manuel du voyageur, Première partie: l'Italia Septentrionale jusqu'à Livourne, Florence et Ancone*, Coblenz, Baedeker, 1865.

Baedeker K., *Northern Italy, as far as Leghorn, Florence and Ancona and the Island of Corsica. Handbook for Travellers*, Coblenz, Baedeker, 1868.

Baedeker K., *Italy. Handbook for Travellers. First Part: Northern Italy, including Leghorn, Florence, Ravenna, The Island of Corsica and Routes through France, Switzerland, and Austria*, Leipzig, Baedeker, 1877a.

Baedeker K., *Italien. Handbuch für Reisende, erster theil: Ober-Italien bis Livorno, Florenz und Ravenna, nebst der Insel-Corsica*, Leipzig, Baedeker, 1877b.

Baedeker K., *Die Riviera und das Südöstliche Frankreich*, Leipzig, Baedeker, 1898.

Baedeker K., *Italy. Handbook for Travellers. First Part: Northern Italy, including Leghorn, Florence, Ravenna and Routes through Switzerland and Austria*, Leipzig, Baedeker, 1899.

Baedeker K., *Italy. Handbook for Travellers. First Part: Northern Italy, including Leghorn, Florence, Ravenna and Routes through Switzerland and Austria*, Leipzig, Baedeker, 1903.

Baedeker K., *Italy. Handbook for Travellers. First Part: Northern Italy, including Leghorn, Florence, Ravenna and Routes through Switzerland and Austria*, Leipzig, Baedeker, 1906a.

Baedeker K., *Die Riviera und das Südöstliche Frankreich*, Leipzig, Baedeker, 1906b.

Baedeker K., *Northern Italy, including Leghorn, Florence, Ravenna and Routes through France, Switzerland and Austria. Handbook for Travellers*, Leipzig, Baedeker, 1913a.

Baedeker K., *Die Riviera und das Südöstliche Frankreich*, Leipzig, Baedeker, 1913b.

Berrino A., *Storia del turismo in Italia*, Bologna, Il Mulino, 2011.

Bertarelli L.V., *Liguria, Toscana Settentrionale, Emilia*, Milano, Touring Club Italiano, 1916.

Brandolini P., «The outstanding terraced landscape of the Cinque Terre coastal slopes (eastern Liguria)», in Soldat M., Marchetti M. (eds.), *Landscapes and landforms of Italy*, Cham, Springer, 2017, pp. 235-244.

Butler R., «Modern tourism and its development in a post-modern age», in Babu S., Mishra S., Parida B.B. (eds.), *Tourism Development Revisited. Concepts, Issues and Paradigms*, New Delhi, Response Books, 2008, pp. 54-63.

Candia S., Pirlone F., Spadaro I., «Integrating the carrying capacity methodology into tourism strategic Plans: A sustainable approach to tourism», in *International Journal of Sustainable Development and Planning*, n. 3, 2020, pp. 393-401.

Cavalcanti M.L., «Riflessioni sulle vacanze degli italiani nella Belle Époque», in *Storia del turismo. Annale 2003*, Milano, FrancoAngeli, 2004, pp. 55-68.

Civinini G., «*Il Gigante*», in *L'Illustrazione Italiana*, n. 11, 1910, pp. 260-261.

Damien E., «*Ruskin vs. Murray: Battles for Tourist Guidance in Italy*», in *Nineteenth-Century Contexts*, n. 1, 2010, pp. 19-30.

Dell'Agnese E., Bagnoli, L., *Modi e mode del turismo in Liguria. Da Giovanni Ruffini a Rick Steves*, Milano, CUEM, 2004.

Di Mauro L., «L'Italia e le guide turistiche dall'Unità a oggi», in De Seta C. (ed.), *Storia d'Italia, Annali, 5, Il paesaggio*, Torino, Einaudi, 1982, pp. 369-428.

Ente Nazionale Industrie Turistiche, *Statistica delle stazioni di cura, soggiorno e turismo relativa al 1932*, Roma, Castaldi, 1933,

Enzensberger H.M., «A Theory of Tourism», in *New German Critique*, n. 3, 1996, pp. 117-135

Gabellieri N., Panetta A., Pescini V., «The "5t.era". Project Bridging Research with Application for the Management of the Cinque Terre Rural Landscape», in *Quaderni storici*, n. 2, 2020, pp. 311-341.

Garau-Vadell J.B., Orfila-Sintes F., Batle, J., «The quest for authenticity and peer-to-peer tourism experiences», in *Journal of Hospitality and Tourism Management*, n. 47, 2021, pp. 210-216.

Gasparini G.P., «Le Cinque Terre e la Vernaccia: un esempio di sviluppo agricolo medioevale», in *Rivista di Storia dell'Agricoltura*, n. 2, 1992, pp. 113-142.

Gasparini G.P., «Il vino nelle Cinque Terre e le trasformazioni ottocentesche», in Carassale A., Lo Basso L. (eds.), *In terra vineata. La vite e il vino in Liguria e nelle Alpi Marittime dal Medioevo ai nostri giorni. Studi in memoria di Giovanni Rebora*, Ventimiglia, Philobiblon, 2014, pp. 88-108.

Gassan R., «The First American Tourist Guidebooks», in *Book History*, 8, 2005, pp. 51-74

Gay J.-C., Decroly J.-M., «Les logiques de la diffusion du tourisme dans le monde: une approche géohistorique», in *L'Espace géographique*, n. 2, 2018, pp. 102-120.

Goodwin G., Johnston G., «Guidebook publishing in the nineteenth century: John Murray's Handbooks for Travellers», in *Studies in Travel Writing*, n. 1, 2013, pp. 43-61.

Guida pratica ai luoghi di soggiorno e cura d'Italia, parte I, *Le stazioni al mare*, Milano, Touring Club Italiano, 1932.

Guida del Touring Club Italiano. Liguria, Milano, Touring Club Italiano, 1952.

Handbook for Travellers in Northern Italy: States of Sardinia, Lombardy and Venice, Parma and Piacenza, Modena, Lucca, Massa-Carrara, and Tuscany, as far as the Val d'Arno, London, Murray, 1842.

Handbook for Travellers in Northern Italy, comprising Piedmont, Liguria, Lombardy, Venetia, Parma, Modena and Romagna, London, Murray, 1860.

Handbook for Travellers in Northern Italy, comprising Piedmont, Liguria, Lombardy, Venetia, Parma, Modena and Romagna, London, Murray, 1869.

Handbook for Travellers in Northern Italy, London, Murray 1877.

Handbook for Travellers in Northern Italy, London, Murray, 1897.

Han Z., Cheng, G.P., «Mass customization in the tourism industry of China», in *Advanced Materials Research*, n. 683, 2013, pp. 917-920.

Heiss H., «Saisons sans fin? Les grandes étapes de l'histoire du tourisme, 1830-2002», in *Histoire des Alpes*, n. 9, 2004, pp. 45-59.

Koshar R., «“What ought to be seen”: Tourists' Guidebooks and National Identities in Modern Germany and Europe», in *Journal of Contemporary History*, n. 33, 1998, pp. 323-340.

Piana P., Watkins C., Balzaret, R., «Travel, Modernity and Rural Landscapes in Nineteenth-Century Liguria», in *Rural History*, n. 2, 2018, pp. 167-193.

Redoano Coppedè G., «Le vie di comunicazione nell'estrema Liguria orientale nell'età moderna e contemporanea», in *Annali della Facoltà di Scienze Politiche dell'Università degli Studi di Genova*, n. 8-10, 1980-1982, pp. 181-252.

Rosselli G., «Nascita dell'editoria turistica italiana», in *Storia in Lombardia*, n. 1-2, 1995, pp. 273-288.

Storti M., *Il paesaggio storico delle Cinque Terre. Individuazione di regole per azioni di progetto condivise*, Firenze, Firenze University Press, 2004.

Tarchiani N., «L'Italia nell'opera dei suoi artisti. Riomaggiore», in *Rivista Mensile del Touring Club Italiano*, n. 11, 1920, pp. 481-484.

Tissot L., «Il turismo: dal pellegrino al Club Méditerranée», in Bairoch P., Hobsbawm E.J. (eds.), *Storia d'Europa*, 5, *L'età contemporanea. Secoli XIX-XX*, Torino, Einaudi, 1996, pp. 569-587.

Touring Club Italiano, *Guida pratica dei luoghi di soggiorno*, 1, *Marine del Tirreno e delle Isole*, Milano, Touring Club Italiano, 1964.

Touring Club Italiano, *Guida d'Italia. Liguria*, Milano, Touring Club Italiano, 2007.

Van Der Yeught C., «La gouvernance du développement durable dans une destination touristique: le cas des Cinq Terres (Italie)», in *Revue de l'organisation responsable*, n. 2, 2009, pp. 72-84.

Vegnuti R., «Cinque Terre, Italy - a case of place branding: from opportunity to problem for tourism», in *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, n. 4, 2020, pp. 471-483.

Verbas C., «Le Cinque Terre», in *Studi e Ricerche di Geografia*, 1, 1978, pp. 17-114.

Wang N., «Rethinking authenticity in tourism experience», in *The Political Nature of Cultural Heritage and Tourism: Critical Essays*, London, Routledge, 2017, pp. 469-490.

Zanini A., *Un secolo di turismo in Liguria. Dinamiche, percorsi, attori*, Milano, FrancoAngeli, 2012.

L'Irlande rêvée de John Ford dans "l'Homme tranquille": du mythe cinématographique à la réalité touristique

Eric Bordessoule

1. Introduction

Pourquoi avoir choisi de consacrer ces lignes à un film l'homme tranquille réalisé par John Ford en 1950? En raison de l'empreinte laissée par cette œuvre qui célèbre l'Irlande et a fixé pour beaucoup de spectateurs une image magnifiée et intemporelle de ce pays mais également par la mise en patrimoine d'un héritage cinématographique dont la géographie du tournage est devenue le support d'un développement touristique localisé. Un véritable processus de requalification territoriale d'une région jusque-là pauvre et reculée s'est engagé à la suite de la réalisation du film et de sa réception par un public dont la vision de l'Irlande se limitait jusque-là à la rudesse des images de *L'homme d'Aran*, tourné en 1934 par Richard O'Flaherty, véritable documentaire consacré à la confrontation de l'homme et de la nature à travers la chronique de la vie quotidienne de modestes pêcheurs vivant sur une île battue par les vents de l'archipel d'Aran au large de l'Irlande.

Au contraire la fiction tournée en 1952 par John Ford (1895-1973), l'un des cinéastes américains majeurs du XXème siècle, compose à travers le récit d'une tendre idylle filmée en technicolor, le portrait d'une Irlande ancestrale, pastorale et apaisée. John Ford ne réalise pas un film à prétention réaliste mais au contraire une œuvre dont l'atmosphère enjouée et la magie qui s'en dégage viennent comme en un effet miroir s'opposer à l'image d'une Irlande archaïque, terre d'émigration minée par les luttes religieuses. Donnant à voir à travers sa représentation spatiale de l'Irlande un ailleurs imaginaire, *The quiet man* illustre tout à fait la relation qui peut s'établir entre le cinéma et la géographie, tant dans le cadre d'une approche culturelle portant sur les représentations que d'un ciné tourisme tout à fait comparable dans son essence au tourisme littéraire (Lizotte, Grenier 2011). Précurseur en la matière, le film de John Ford a représenté pour l'Irlande un formidable

outil de promotion touristique et constitué le moteur d'un essor touristique localisé autour des lieux du tournage. Toute proportions gardées et en la replaçant dans le contexte de l'époque, cette dynamique n'est pas sans rappeler la Nouvelle Zélande et le phénomène touristique associé au tournage du *Seigneur des anneaux*, le chef d'œuvre de Tolkien. De la même manière *L'homme tranquille* a participé à façonner un imaginaire touristique irlandais et à une échelle plus fine, à susciter une dynamique locale reposant sur l'exploitation touristique des principaux décors du film.

2. La naissance d'un mythe cinématographique

Concrétisant un projet ancien, John Ford donne le premier tour de manivelle de *L'Homme tranquille* le 6 juin 1951. Inspiré d'une nouvelle de Maurice Walsh donc il avait acquis les droits une quinzaine d'années auparavant, le réalisateur américain signe là l'une de ses œuvres les plus personnelles, promise à une réelle postérité.

2.1 Une Irlande pauvre et rurale, terre de tournage

A l'ouest de l'Irlande sur l'isthme séparant le *Lough Corrib* du *Lough Mask*, à la frontière entre les comtés de Mayo et de Galway, le village de Cong rebaptisé Innisfree d'après le célèbre poème de Yeats *The lake of Innisfree* sert de théâtre à l'action du film. Cette région isolée représente l'archétype d'une Irlande rurale au climat rude, qui, dans les années cinquante, ne s'est encore que peu ouverte à la modernité, le film est en effet antérieur à la phase de croissance économique du pays, initiée à partir de 1958 par le ministre du Commerce Sean Lemass, tournant libéral qui ouvrira l'Irlande sur l'Europe et les USA afin d'attirer les investissements étrangers. Situer le cadre de l'action dans cette Irlande d'avant la modernité permet à John Ford de l'inscrire en un vigoureux contraste en regard des Etats Unis sur lesquels le cinéaste porte un regard de plus en plus critique. Délaissant les grands espaces de l'ouest américain, John Ford qui a beaucoup tourné dans le célèbre site de Monument Valley va exploiter ici la puissance cinématographique des paysages irlandais encore peu connus. Si l'on excepte *L'homme d'Aran* de Richard O' Flaherty évoqué plus haut, au seuil des années cinquante, l'Irlande demeure une terre peu explorée par le cinéma. Au cours de cette période, la production de films irlandais est d'ailleurs très faible et ne consiste pour l'essentiel qu'en quelques documentaires tournés à la demande d'organisations gouvernementales. D'une certaine manière *The Quiet Man* par la splendeur des couleurs d'un technicolor flamboyant et la beauté des paysages consacre l'Irlande terre de tournage et inaugure une longue liste de réalisations ayant pour décor le Comté de Kerry pour *La*

fille de Ryan en 1970, le village de Leshmore au sud-est pour un *Taxi mauve* en 1977, le comté de Wicklow à l'est pour *Excalibur* en 1981, et même l'Irlande du nord pour la série *Game of Thrones* tournée récemment.

2.2 Le regard d'un cinéaste descendant d'émigrés

Cinéaste hollywoodien rendu célèbre par ses westerns mais également ses chroniques sociales comme *Les raisins de la colère* en 1940, John Ford réalise ici un film qui se veut un hommage à la terre de ses ancêtres. De son vrai nom John Feeney même s'il a prétendu s'appeler Sean Alloysius O'Feeney, John Ford est né en 1895 dans une famille irlandaise établie dans le Maine. Avec ce tournage irlandais, le cinéaste irlando-américain célèbre une région limitrophe de celle de Galway dont est originaire son père et qui représente à ses yeux la terre de ses origines. En 1951 au moment du tournage de *L'homme tranquille*, John Ford a déjà tourné deux films consacrés à la cause irlandaise *Le mouchard* en 1935 et *Révolte à Dublin* en 1936 et il en réalisera deux autres par la suite *Quand se lève la lune* en 1957 et *Young Cassidy* en 1965. Avec *The Quiet Man*, le projet est tout à fait différent et pour l'essentiel le film est dépourvu de toute allusion politique. La légèreté, le ton de la comédie parfois teintée de nostalgie alliés à la maîtrise technique d'un cinéaste dont la simplicité apparente ne doit pas masquer le soin apporté à la réalisation de chacun des plans, sont mis ici au service de la célébration d'une Irlande idéalisée et éternelle. Ford établit incontestablement un parallèle entre le retour au pays des origines de Sean Thornton, le personnage principal du film interprété par John Wayne, et son propre itinéraire personnel de petit-fils d'émigré. Onirique et comique parfois jusqu'à la caricature, la parenthèse bucolique que constitue ce film dans la cinématographie de Ford doit également être replacée dans le contexte de l'époque. En effet, ce tournage irlandais va permettre au réalisateur d'oublier la guerre où il s'est illustré ainsi que la noirceur et la violence tout à la fois physique et symbolique d'une Amérique du maccarthysme à laquelle, en dépit de ses sentiments conservateurs, John Ford est viscéralement opposé.

Bien que désormais solidement établi à Hollywood, Ford va devoir se battre pour pouvoir tourner cette histoire que les producteurs jugent trop naïve et peu rentable, le cinéaste va ainsi accepter de réaliser pour la firme Argosy Republic Pictures son film précédent *Rio Grande*, en noir et blanc et de conditionner le tournage de *L'homme tranquille* au résultat financier de ce western. Le succès commercial étant au rendez-vous pour *Rio Grande* qui clôt son célèbre cycle consacré à la cavalerie, le réalisateur va pouvoir s'offrir le luxe de tourner *L'homme tranquille* et qui plus est en un Technicolor somptueux. C'est ainsi que John Ford va retrouver au début de l'été 1951 l'Irlande pour 6 semaines d'un tournage qui revêt à ses yeux une importance toute particulière. Cinéaste des grands espaces, Ford a accordé un soin tout particu-

lier au repérage des extérieurs du film et a ainsi sélectionné les environs du village de Cong qui, avec le décor de leurs collines verdoyantes, de leurs landes parsemées de tourbières et de lacs, des côtes austères des *lough* vont s'imposer à l'écran comme l'archétype des paysages irlandais, paysages constituant l'un des ressorts essentiels du succès du film. L'équipe du film va s'installer dans le château d'Ashford alors que Ford se rend en pèlerinage dans la demeure familiale de Tornby Spiddal, localité située un peu plus au sud dans le comté de Galway. En fait, plus qu'une équipe c'est bien une véritable famille que le réalisateur a réuni pour le tournage, ce qu'il est convenu d'appeler la famille Fordienne. Il s'agit d'acteurs familiers du réalisateur comme John Wayne et Maureen O'Hara qui jouent les rôles principaux de Sean Thornton et Mary Kate Danaher, Ward Bond et Arthur Shields incarnent eux respectivement le prêtre et le pasteur de la communauté, Victor Mac Laglen donne lui au personnage de Will Red Danaher le frère de Mary Kate toute sa truculence, enfin Francis Ford le frère aîné du réalisateur incarne le rôle du patriarche du village. La plupart des membres de la distribution comme John Wayne ou la rousse Maureen O'Hara sont d'origine irlandaise et c'est l'acteur irlandais Barry Fitzgerald qui est choisi pour incarner le personnage de l'ivrogne Michaleen O'Flynn, tout à la fois gardien des traditions et bookmaker. Cette proximité de Ford avec ses acteurs ainsi que la participation de la population de Cong au tournage sont des ingrédients majeurs de la subtile alchimie qui conduira à donner au film son ton si particulier.

2.3 Une comédie rurale mélancolique

Loin de la violence des guerres indiennes et de la conquête de l'ouest, Ford signe avec *The Quiet Man*, en dressant le portrait d'une société rurale pétrie de traditions, une comédie paysanne mélancolique. Pour Maureen O'Hara qui incarne l'héroïne principale du film, il n'est question ici que «[...] de mariage, de bonheur, du respect des uns pour les autres comme on en trouvait en Irlande en ce temps-là et comme on en trouve encore à la campagne» (Mc Nee, 2008, p. 165). La trame de cette chronique sentimentale est d'une grande simplicité. Sean Thornton, un boxeur américain fils d'immigré Irlandais, revient en Irlande, ayant mis un terme à sa carrière après avoir accidentellement tué son adversaire sur le ring. Bouleversé, Sean a juré de ne plus se battre et se retire en Irlande sur le cottage familial pour mener une vie désormais tranquille loin de la brutale Amérique, d'où le titre du film. Les terres de Sean sont toutefois convoitées par un riche propriétaire terrien, incarné par Will Red Danaher. Par ailleurs, dès son arrivée, Sean tombe amoureux de la flamboyante Mary Kate la sœur de Red. Sous la surveillance bienveillante d'un chaperon alcoolique et philosophe, Michaleen O'Flynn, le yankee entreprend alors de faire sa cour, selon les règles strictes d'une tradition irlandaise qu'il a du mal à comprendre. Après avoir

tout d'abord refusé d'accorder la main de sa sœur à celui qu'il considère comme un étranger, Will Red Danhaer fini par entendre raison à la suite d'un véritable complot monté par les nouveaux amis irlandais de Sean. Le père Lonergan, le prêtre fait en effet croire à Red que la riche veuve Tillane ne l'épousera que quand sa sœur Mary Kate aura quitté sa maison. Red consent alors au mariage de Mary Kate et de Sean mais découvre le jour de la noce qu'il a été berné. Il refuse alors de remettre la dot de Mary Kate. Sean n'accorde pas d'importance à cela mais Mary Kate s'estime humiliée et ne comprend pas pourquoi son mari refuse de se battre avec son frère pour venger ce qu'elle estime son honneur. Après de multiples péripéties, les deux amants surmonteront leur incompréhension réciproque et au terme d'une bagarre filmée sur un ton bon enfant, Sean regagnera tout à la fois la dot de sa femme et l'estime de cette dernière, scellant par la même occasion sa réconciliation avec son beau-frère et les traditions irlandaises.

Avec cette balade irlandaise, John Ford signe une œuvre profondément humaniste et pacifiste dans le décor d'une Irlande rurale idéalisée et en paix. Il avouera d'ailleurs qu'«Innisfree ce sont toutes les histoires que me racontait mon père quand j'étais petit. C'est l'autre nom du paradis pour moi [...] c'est ma première tentative d'histoire d'amour, je voulais tourner une histoire d'amour entre adultes» (Mc Bride, 2007, p. 743). Cette quête d'une terre promise où l'Irlande fait figure d'Eden, est bien loin du ton des autres films que Ford, sympathisant du Sean Fein, a consacré à son pays d'origine luttant contre l'oppression britannique. La firme Republic Pictures qui avait produit le film sans grand enthousiasme récoltera avec lui l'un de ses plus grands succès populaires et critiques. En effet, *The Quiet Man* remportera les Oscars du meilleur réalisateur (le quatrième pour John Ford) et de la meilleure photographie, il sera également nommé sans les obtenir pour les Oscars du meilleur film, de la meilleure interprétation masculine, de second plan avec Victor Mac Laglen dans le rôle de Will Red Danahaer, du meilleur scénario, du meilleur décor et du meilleur son.

Le ressort essentiel de ce succès réside incontestablement dans la capacité de Ford à transfigurer cette portion d'Irlande rurale, le village de Cong et ses environs, en un lieu magique à l'instar de la contrée galloise qu'il avait filmée sur un mode toutefois plus sombre dans un autre de ses grands succès *Qu'elle était verte ma vallée* en 1941.

3. Une Irlande réinventée

Dans ce tableau d'une société irlandaise fidèle à ses traditions, John Ford, cinéaste de talent, sublime les paysages irlandais et compose la géographie d'une Irlande très largement imaginaire.

3.1 Un Eden rural

John Ford a su exploiter la situation exceptionnelle du village de Cong sur l'isthme séparant le lough Corrib du lough Mask pour proposer au spectateur un véritable condensé des paysages irlandais, allant de la riante campagne au littoral plus austère ou aux collines qui dépourvues d'arbres sous le climat atlantique prennent des allures de montagnes. Devant l'objectif de la caméra de John Ford, les vertes prairies irlandaises, les murets de pierre, les cottages blanchis à la chaux vont se transformer en un véritable décor de cinéma. De nombreux critiques ont insisté sur l'importance accordée par le réalisateur à la préparation de ses prises de vues à la manière d'un peintre. Inspiré effectivement dans ses westerns par les tableaux de Frederic Remington, peintre de l'ouest américain, John Ford réalise dans ses plans de véritables tableaux du 7^{ème} art, accordant une grande importance à la composition du cadre et à l'utilisation de la lumière. L'exploitation de la luminosité changeante des cieux irlandais, les contrastes qu'introduisent les dégradés de vert, le blanc éclatant des maisons, le gris des nuages et les vêtements rouges et bleus de Mary Kate contribuent à créer cette ambiance toute particulière qui nimbe d'un charme irréel cette campagne mythifiée. De manière volontaire, Ford exploite jusqu'à l'outrance le charme aujourd'hui désuet du Technicolor pour construire un véritable décalage avec le réel et inscrire son Irlande dans le domaine des contrées imaginaires. Le directeur du studio République Pictures Yates ira même jusqu'à adresser à John Ford un télégramme lui signifiant «[...] tout est vert, dites au chef opérateur d'enlever le filtre vert» (Mac Nee 2008, p. 166). L'apparition aux yeux de Sean Thornton de la belle Mary Kate dans un cadre de prairies et de bois dans l'une des premières séquences du film donne à celui-ci le ton d'un songe tout à la fois léger et nostalgique avec la voix de la mère de Sean évoquant les paysages Irlandais en bande son.

Ford s'attache également à rendre compte de la géographie humaine d'une Irlande paysanne vouée à l'élevage, le troupeau de moutons que garde Mary Kate au début du film, et aux récoltes comme le souligne la scène du combat qui se déroule sur le lieu de la batteuse. Le film souligne l'importance de la terre, terre des origines mais également propriété foncière gage de statut social comme en témoigne le prestige dont jouit Will Danaher, dont la demeure contraste avec la modestie de la chaumière familiale de Sean Thornton. Cette vie rurale de gens simples, si éloignée de la turbulence de l'Amérique urbaine, est également illustrée dans plusieurs scènes du film par un véritable éloge de la lenteur. Il n'y a pas de place ici pour la civilisation de l'automobile, les déplacements s'effectuent au rythme des chevaux. Le jeu de puces ou la pêche constituent les distractions préférées du pasteur et du prêtre et il importe peu qu'un train soit retardé par des avis divergents sur le championnat de football gaélique. Cette Irlande où l'on prend le temps de

vivre, nous montre que beaucoup plus qu'un cinéaste de l'action comme pourrait le laisser penser ses westerns et ses films de guerre, John Ford est avant tout le témoin contemplatif d'un temps qui s'écoule lentement comme si cela permettait de retarder voire d'abolir la disparition d'un monde.

Enfin l'Irlande rurale dépeinte par ce film aux accents parfois virgiliens ne saurait être une terre de conflit. Allant jusqu'au bout de son rêve, John Ford brosse le tableau d'une Irlande en paix religieuse où le prêtre et le pasteur sont complices et où les villageois, à une très large majorité catholiques, manifestent pourtant leur soutien au vicaire protestant lors d'une visite de son évêque afin qu'il ne soit pas déplacé faute de fidèles.

3.2. Les hauts lieux du film

Certains lieux emblématiques du tournage dessinent les contours d'une géographie Fordienne, une géographie intime et symbolique, présente dans de nombreux films du réalisateur. Témoin d'un temps immobile, le vieux pont irlandais qui enjambe la rivière Owenriff symbolise la nouvelle étape de sa vie, que Sean de retour au pays va désormais entreprendre. C'est un passage vers le pays des origines et c'est depuis ce pont que Sean entrevoit pour la première fois son cottage, chaumière de l'émigré située en fait dans le parc du château d'Ashford. John Ford a d'ailleurs tourné cette scène après avoir été très ému par sa visite au berceau de sa famille. L'église quant à elle souligne l'importance de la religion pour cette société rurale dont elle constitue l'un des principaux lieux d'ancrage. C'est sur le parvis de cette église que Sean et Mary Kate s'adressent la parole pour la première fois, paradoxalement il s'est agi dans la réalité d'un temple protestant mis à la disposition du cinéaste. Il faut également souligner l'importance de l'abbaye en ruine du 13^e siècle, décor romantique où sur fond d'orage nocturne et de croix celtiques Sean et Mary Kate scellent leur amour. Comme un lien avec le passé, le cimetière qui la jouxte semble conférer à l'idylle qui s'est nouée, l'indispensable approbation des défunts dans ce pays de traditions et de légendes. Cette proximité du monde des morts et des vivants participe ainsi à l'enracinement de cette histoire en terre d'Irlande et John Ford métamorphose le lieu par le recours aux excès de la nature irlandaise, le souffle du vent, le tonnerre qui gronde et la pluie qui s'abat sur les amoureux accentuent ainsi les effets. Les cimetières tiennent une place importante dans l'œuvre de Ford et l'on peut établir ici un parallèle avec une scène de *She wore a yellow ribbon* où un autre héros Fordien également interprété par John Wayne, vient se confier à sa femme disparue, recueillir son assentiment quant aux décisions qu'il doit prendre.

Quant au village d'Innisfree, il est bien le cœur de cette société rurale. Elle s'y assemble pour assister au combat final, saluer le pasteur et fréquenter bien sûr le pub devant lequel le cheval de Michaelen O'Flynn s'arrête par habitude. Incontournable, le pub est dans

cette société rurale archaïque, le lieu essentiel, sur fond d'alcool, de chants et de discussions politiques, d'une convivialité exclusivement masculine à la différence de l'église.

Ces hauts lieux du tournage qui balisent aujourd'hui le circuit de randonnée dédié au film n'ont pas été choisis au hasard mais renvoient aux principales thématiques Fordiennes.

3.3 Les grands thèmes Fordiens

On retrouve dans *L'homme tranquille* un certain nombre de thèmes présents dans l'ensemble de l'œuvre de John Ford. Tout d'abord, nous l'avons vu le film puise à une matière largement autobiographique avec la question de l'exil, de la recherche des racines. Petit-fils d'émigrés, John Ford, citoyen d'un pays neuf, réalise avec le retour de Sean en Irlande, sa quête des origines. Cette quête est d'ailleurs double pour le héros du film, en effet le retour à la terre promise est associé à la quête d'une rédemption. Cette dernière constitue le ressort de plusieurs films de Ford, en particulier *Le fils du désert* (1948) qui voit trois jeunes bandits se sacrifier pour sauver un bébé recueilli dans le désert. Les traditions d'une Irlande archaïque et pudibonde, la dot, le chaperon sont autant de rites qui régissent les rapports entre les sexes et dont John Ford semble s'amuser. Pour autant, l'exposé de ces coutumes ne ressort pas uniquement du registre de la comédie. Il traduit chez Ford l'importance de l'héritage, de la transmission sans lesquels l'homme ne peut s'enraciner. C'est également à travers ces rites, ces codes, et ces lieux de convivialité que le héros Fordien n'est pas un individu isolé mais appartient à une communauté, que ce soit l'armée, l'équipage, la communauté irlandaise d'une petite ville américaine dans *Last hurrah*, ici le village d'Innisfree. L'itinéraire de Sean Thornton dans le film est justement à travers son acceptation des traditions pour l'amour de Mary Kate, celle de son accueil dans une communauté qui l'accepte et qu'il rejoint. D'une certaine manière, *L'homme tranquille* s'inscrit en opposition avec un autre film irlandais de Ford, *Le mouchard* dans lequel le héros Gippo Nolan s'exclue de sa communauté par la trahison, ce qui le conduit au suicide. Cette relation beaucoup plus sombre au thème de la communauté, se déroule d'ailleurs à Dublin et ce n'est pas un hasard. En effet, pour Ford, amoureux des grands espaces et de la vie rurale, la grande ville isole les individus et participe à la dissolution des attaches qui les lient à leur communauté naturelle.

Comme toujours chez Ford, la lecture du film se révèle ambiguë. Ainsi le film souligne comment le corset de la tradition et l'appartenance à la communauté s'opposent à l'individualisme de Sean et à la volonté d'indépendance de la fière Mary Kate. Trainée à travers champs par Sean exaspéré dans une scène qui ne pourrait vraisemblablement plus être tournée aujourd'hui ou en tous cas sur le ton de la comédie, Mary Kate semble une femme dominée mais affirme en fait son indépendance en parvenant à obliger son mari à affron-

ter son frère pour récupérer la dot qui lui revient et ainsi sa fierté. En ce sens, *L'homme tranquille*, se révèle finalement à l'image de John Ford, lui-même pétri de contradictions. John Ford fut en effet le réalisateur de western exaltant la conquête de l'ouest dans le cycle de la cavalerie mais portant également un regard lucide sur la condition de la nation indienne dans *Les Cheyennes* (1964), le conservateur, ardent patriote, soutenant la guerre du Vietnam mais qui s'opposa toutefois à la terreur que fit régner le maccarthysme à Hollywood. Enfin, bien qu'il tournât de nombreux films de guerre, John Ford a toujours mis en avant le thème de la paix, de la réconciliation entre les adversaires.

4. Une destination touristique façonnée par le cinéma

Érigeant Innisfree alias Cong en un véritable lieu de pèlerinage, le film de John Ford, par sa représentation d'une Irlande fantasmée a largement participé à susciter une attractivité touristique dépassant le seul périmètre du tournage. Cong est ainsi devenu un lieu de passage incontournable pour les circuits touristiques du Connemara.

4.1 Hollywood apporte l'électricité et l'essor touristique

Contre toute attente, l'immense succès commercial du film, aux Etats-Unis et en Europe, va véritablement transformer une région rurale pauvre et isolée en une destination touristique. La métamorphose s'opère tout d'abord à travers les progrès qu'apporte le tournage, en effet l'arrivée de l'électricité à Cong accompagne l'installation de l'équipe du film. Avec le cinéma, Cong et ses environs entrent dans le XX^{ème} siècle. Très vite l'essor touristique va également accompagner la sortie du film. En effet, une clientèle d'émigrés irlandais-américains se lance à la suite de John Wayne et de Maureen O'Hara sur les traces de leurs origines. Cette clientèle aisée est en particulier accueillie au château d'Ashford transformé en un palace 5 étoiles dont elle va fréquenter le golf à la suite de l'équipe du film. Au début des années 1970, une diversification de ce *root's tourism* s'opère tant dans le profil socio-économique de la clientèle que dans ses origines. En effet, la clientèle haut de gamme des émigrés fortunés est désormais rejointe par de nombreux Européens et même par des Irlandais qui viennent célébrer un film désormais inscrit au patrimoine cinématographique du pays. Au tourisme mémoriel des débuts s'ajoute ainsi un tourisme étroitement associé au cinéma. Cong et *L'homme tranquille* s'intègrent avec *The Field*, *Tristan et Yseult* et *Le cheval venu de la mer* dans le circuit cinématographique du Connemara.

À Cong, le film est devenu le moteur essentiel d'un processus de développement local initié dès la fin des années cinquante. A l'époque du tournage, la population avait été largement associée par John Ford à la réalisation du film, fournissant des figurants mais également des acteurs de second plan. Dès les années soixante, une

association se constitue et œuvre pour valoriser ce patrimoine cinématographique constituant désormais en Irlande un véritable monument national. Un musée, The Quiet Man cottage est consacré aux péripéties du tournage, rassemblant objets et documents décors d'époque, il comporte également une petite salle de cinéma diffusant le film pour les visiteurs. Au centre du village, une statue de bronze immortalise Sean et Mary Kate, le couple vedette du film. Le pub Pat Cohan, haut lieu de la communauté d'Innisfree, est demeuré identique à son image dans le film. Il en va de même pour la façade de la mercerie O'Connor qui figure dans une des scènes du film. Son apparition à l'écran et la publicité qui en découla participa à la fortune de ses propriétaires dont les descendants devenus des acteurs majeurs du tourisme local possèdent aujourd'hui un supermarché, un pub, un restaurant et une maison d'hôte. Devenu une figure locale, celui qui fut la doublure de John Wayne dans le film créa un pub le Melote's et un hôtel le Danaher's. Depuis le vieux pont irlandais, un circuit soigneusement balisé relie les principaux lieux du tournage, le village, l'abbaye, le cottage de Sean dans le parc du Château d'Ashford jusqu'à la fameuse gare de Ballyglunin située dans le comté de Galway et qui dans le film fait figure de symbole d'une forme d'anti-modernité. Enfin chaque année, une réunion du fan club du film se tient au château d'Ashford dont le golf et les pelouses ont également servi d'extérieurs à John Ford pour certaines scènes.

4.2 L'envers du décor

Comme le soulignent Bill Krohn dans un article des *Cahiers du cinéma*, le film de John Ford pose le problème d'un « [...] imaginaire cinématographique national colonisé par un cinéaste de génie » (*Cahiers du cinéma*, 304, octobre 1979, p. 45). En effet, le réalisateur américain a donné corps à travers *The Quiet Man* à son rêve mais il n'a aucunement prétendu faire œuvre de réalisme. Aussi précurseur de la diffusion d'une certaine image de l'Irlande, le film de John Ford a fait l'objet dès les années 1970 de critiques. Certains lui reprochèrent d'avoir véhiculé le stéréotype d'une Irlande arriérée, bien loin de la réalité du *Dragon celtique* résolument engagé dans la modernisation. D'autres au contraire dénoncèrent le regard exagérément bienveillant que John Ford porte sur cette Irlande rurale de la tradition. Effectivement, le réalisateur américain a volontairement gommé les conflits internes, les pesanteurs sociales d'une religion omniprésente, le statut d'une femme irlandaise prisonnière de coutumes d'un autre âge. Aussi d'autres films ont volontairement pris le contre-pied de *L'homme tranquille*, à l'image de *Poitin* réalisé en 1978 par le cinéaste irlandais Bob Quinn. Ce film, le premier long métrage intégralement tourné en gaélique dans une région des confins de l'ouest de l'Irlande, présente sur fond d'alcoolisme, de soumission à une tradition ri-

guide et de pauvreté, une image beaucoup plus sombre de la verte Irlande. Réalisateur iconoclaste portant un regard très critique sur la société irlandaise traditionnelle, Bob Quinn précise cette opposition avec l'œuvre de Ford dans une scène où le décor bucolique d'une chaumière ressemblant à celle de Sean Thornton se reflète dans les eaux d'un lac. Le message est clair, il faut montrer l'envers du décor idéalisé que Ford donne à voir dans *L'homme tranquille*.

Indiscutablement *L'homme tranquille* a connu une réelle postérité et a inscrit une puissante représentation cinématographique de l'Irlande dans l'esprit des spectateurs, représentant ainsi pour plusieurs générations l'un des meilleurs messages publicitaires qui soit pour l'Irlande. Nombreux sont ceux qui ont prolongé le voyage immobile que propose John Ford par un séjour sur les lieux du tournage et l'exclamation 'homérique' plusieurs fois employée dans le film par Michaleen O'Flynn, suggère bien cette invitation au voyage, *Heureux ceux qui comme Ulysse...* Il ne faut pas se méprendre, le film de John Ford ne prétend pas à la vérité et cette Irlande qu'il réinvente conformément à ses rêves, où les verts sont plus verts, le temps suspendu et les hommes en paix est en décalage avec la réalité. Il s'agit bien d'une géographie imaginaire mais dont l'impact a dépassé de beaucoup les intentions de son créateur en participant à la création d'une destination touristique. En ce sens *The Quiet Man* est bien le révélateur d'une certaine conception du cinéma pour le conteur né qu'est son réalisateur et il fait écho à cette réplique d'un journaliste qui dans un autre film de John Ford *L'homme qui tua Liberty Valance* (1962) s'exclame devant les révélations d'un sénateur mettant à bas un mythe de l'Ouest «Quand la légende dépasse la réalité alors on publie la légende» (*L'homme qui tua Liberty Valance*, Ford-Productions Paramount, 1962).

Bibliographie

- Cahiers du cinéma*, n. 304, octobre 1979.
- Gallagher T., *John Ford, l'homme et ses films*, Paris, Capricci, 2014.
- Garcia J.P., Gerke K., *Cinéma Irlandais*, KFilms éditions, 1996.
- Giuliani P., «Images de l'Irlande dans le cinéma», in *Etudes Irlandaises*, n. 5, 1980, pp. 123-133.
- Haudiquet P., *John Ford*, Paris, Seghers, coll Cinéma d'aujourd'hui, 1974.
- Keaney M., «Modern Irish cinema: reviewing Traditions», in Kenneally M. (eds.) *Irish littérature and culture*, Buckinghamshire, Colin Smyth, 1992, pp. 144-157.
- Krohn B., «Lettres d'hollywood», in *Cahiers du cinéma*, n. 304, 1979, pp. 42-46.
- Le Corff I., «Hollywood et l'Irlande», in Ménégaldo G. (ed.), *Europe et Hollywood à l'écran, Regards croisés*, Paris, Michel Houdiard, 2012.

Lizotte C., Grenier A., «Le nouvel Eldorado des destinations touristiques», in *Teoros*, n. 1, 2011, pp. 74-78.

Mc Bride J., *A la recherche de John Ford*, Lyon-Arles, Institut Lumière/Actes Sud, 2007.

Mc Nee G., *In the footsteps of the Quiet Man: The inside story of the Cult Film*, Edinburgh Mainstream Publishing, 2008.

Wilette S., *Le cinéma Irlandais*, Paris, L'Harmattan, 2004.

La cucina del Levante ligure nel mondo del web 2.0: tra comunicazione turistica e valorizzazione del territorio

Enrico Bernardini¹, Elisa Varese²

1. Introduzione

Questo contributo è stato ideato come viaggio virtuale tra i profumi e i sapori della cucina del levante della Liguria, dei suoi piatti tipici e della loro storia, profondamente legata al territorio e ad un popolo ricco di cultura e di tradizioni. Il clima e il paesaggio hanno da sempre favorito la nascita spontanea e la coltivazione delle erbe aromatiche, il cui sapiente uso ha costantemente arricchito e perfezionato le ricette liguri attraverso i secoli: piatti apparentemente poveri, così, hanno acquisito nel corso del tempo sapori e profumi più decisi, diventati poi inconfondibili, e ancora oggi vengono apprezzati sia dai liguri che dai numerosi turisti che ogni anno si recano nella Regione.

Nel lavoro, inoltre, verranno trattati l'importanza di un piano di comunicazione e marketing strategico, alcune forme di tutela dei prodotti del territorio, come le diverse realtà consortili, il loro rapporto con l'organizzazione di eventi di promozione dei prodotti e la divulgazione turistica nel web 2.0 fatta nel Levante ligure da alcune realtà locali. Infine, nell'ultima parte del contributo si cercherà di inquadrare le iniziative promosse dalle diverse realtà che operano sul territorio cercando di comprendere se si tratti di comunicazione turistica o turismo enogastronomico.

2. Dal paesaggio al piatto, profumo di Liguria

L'aria è calda, il tardo pomeriggio estivo sta per declinare verso la sera: la terra arida, dopo aver assorbito il calore di una giornata intera, sprigiona dalle sue macchie di colore

¹ Enrico Bernardini è l'autore dei paragrafi 1, 4, 4.1, 5 e 6.

² Elisa Varese è l'autrice dei paragrafi 2,3.

e dai suoi arbusti una fragranza dove ogni singolo aroma si rincorre e si intreccia: è il profumo della Liguria. Non è un'esagerazione: grazie al clima favorevole e spesso soleggiato, che favorisce sia la crescita spontanea che la coltivazione di una grande quantità di erbe aromatiche, così come all'influenza della posizione tra i monti e il mare, soprattutto d'estate, la Liguria profuma.

Le erbe aromatiche costituiscono una componente essenziale del paesaggio della Regione e, di conseguenza, della sua cucina, egualmente profumata e aromatica. Erbe apparentemente semplici, che crescono rigogliose anche in alcune scogliere a picco sul mare, riescono a valorizzare e ad esaltare il gusto di ricette già di per sé elaborate, ma generalmente poco costose. Sia nel paesaggio che nel piatto ligure potrà essere frequente trovare la borragine, che in molte zone sostituisce ancora oggi gli spinaci nel ripieno di ravioli e pansoti (Bernardini, Varani, 2019). Sicuramente un posto d'onore occupa il basilico, ingrediente principale del pesto alla genovese, conosciuto in tutto il mondo e preparato originariamente nel mortaio di influenza saracena. Tipici della gastronomia ligure sono i ripieni, dove le verdure, mescolate a formaggi e uova, vengono insaporite da erbe aromatiche come timo, origano e maggiorana, apparentemente simili nell'aspetto, ma dotate di equilibri e fragranze differenti (ad esempio, la maggiorana è più delicata). Tra gli alberi, possiamo ricordare il castagno, che, oltre a produrre i frutti che, essiccati, venivano impiegati per la produzione della farina, favoriva il mantenimento dell'*humus* adatto a tutti i tipi di funghi che crescono sulle montagne dell'Appennino vicino alla costa (Bernardini, Varani, 2019).

Oltre che delle già citate piante più tradizionali tipiche della Regione, la Liguria, e in particolare la zona di Albenga, vanta la coltivazione di erbe più moderne e fantasiose, come la menta *mojito*, la menta *after eight* o la salvia ananas: pur rimanendo saldamente ancorata alla cucina tradizionale, la Liguria, nelle sue coltivazioni, rivela così anche diversi spiragli d'innovazione e di avanguardia. Nel tempo, alcune aziende agricole nei pressi di Albenga, per lo più a conduzione familiare, anche grazie al supporto di operatori e commercianti, hanno creato dei marchi per la distribuzione e il commercio di erbe aromatiche, note sia in Italia che all'estero. Questo, inoltre, ha creato molti posti di lavoro con le relative conseguenze positive sull'economia: stando ai dati della Regione Liguria

[...] Ogni anno, ad opera di circa un migliaio di aziende, che danno lavoro a circa 10.000 persone, vengono prodotti 120 milioni di vasetti, per un valore annuo di 100 milioni di euro. Inoltre, la produzione locale ha ottenuto per molti dei suoi prodotti il riconoscimento di denominazione di origine controllata (Doc), denominazione di origine protetta (Dop), indicazione geografica tipica (Igt), indicazione geografica protetta (Igp) (Bernardini, Varani, 2019, p. 105).

Da una città-porto come Genova, storico crocevia di culture, non ci si può aspettare che una cucina ricca di prestiti e influenze, in buona parte dovute alla storica attività commerciale attivata dalla Repubblica Marinara, che favorì l'ingresso in cucina di nuovi ingredienti, spezie ed erbe. Ancora oggi permangono molti elementi in comune tra la cucina ligure e quella catalana, provenzale e portoghese, anch'esse sviluppatesi durante i fasti della Superba. Il Rinascimento è da considerare un periodo di grande splendore per la cucina genovese: la città, luogo di incontri e scambi, era gremita di botteghe e taverne per soddisfare la fame dei viaggiatori, e i suoi cuochi erano tra i più rinomati dell'epoca, contesi dalle varie signorie. Lo sviluppo della cucina ligure prosegue nel XVIII secolo: in un periodo in cui l'influenza francese gravava su moltissimi aspetti delle arti e della vita quotidiana, compresa la gastronomia, la Liguria riuscì a mantenersi relativamente libera da questo processo di acculturazione culinaria d'oltralpe, mantenendo così uno spiccato e preciso carattere mediterraneo, dove predomina l'uso di erbe, aromi, verdure e olio d'oliva. Questa sorta di indipendenza non sfuggì nemmeno ad alcuni noti cuochi e gastronomi del XIX secolo, come Vincenzo Agnoletti che nel suo *La nuova cucina economica* (1803) ricorda della cucina ligure varie «ricette di terra e di mare»³. Di queste, molte sono sopravvissute nei secoli: la farinata, la trippa alla genovese (che, in quanto arricchita da erbe aromatiche e funghi, risulta più delicata rispetto a quella di altre Regioni) e la *mescciù*a (letteralmente, «mescolanza»), una zuppa a base di legumi e cereali tipica dello Spezzino e risalente al XIV secolo.

Ricca di storia, oltre che di gusto e varietà, la cucina ligure propone un'offerta tra le più interessanti d'Italia, tesa ad esaltare i profumi e i colori della Regione, da ammirare nei suoi panorami e da gustare nei suoi piatti. La natura e il lavoro dell'uomo hanno permesso ai liguri non solo di sopravvivere, ma anche di sviluppare, da una base semplice ed essenziale di piatti 'poveri', una delle culture gastronomiche più ricche del paese.

3. *Qualche assaggio del Levante*

Case colorate che circondano piazzette caratteristiche, vicioletti in saliscendi, piccoli paesini arroccati su colline affacciate sul mare, abbracciato da piccoli moli e porticcioli. Il paesaggio del Levante ligure, ora reso ancora più famoso a livello mondiale dall'ultima produzione della Disney-Pixar, Luca, ha sempre attirato una grande quantità di turisti di ogni provenienza, che vengono a contatto con una parte della cucina ligure legata a

³ Il testo di Agnoletti è liberamente consultabile e scaricabile alla pagina: <https://archive.org/details/b29321451/page/n5/mode/2up>



Figura n. 1

Le trenette al pesto

Fonte: https://it.wikipedia.org/wiki/Trenette_al_pesto#/media/File:Pesto5.jpg

territori e tradizioni ancora più circoscritti e a modo suo ancora più ‘tipica’. Anche il lungometraggio animato omaggia uno di questi piatti, di cui i protagonisti si scoprono ghiottissimi: le trenette al pesto.

Questo primo, già presente nel XVIII secolo, stando a *La Storia economica del '700 genovese* di Giulio Giacchero, sembra dovere il suo nome alla ‘trenna’, una fettuccia di tessuto a sezione ovale che veniva avvolta in matasse, come anticamente la stessa pasta, per una più rapida essiccazione⁴. Il basilico è probabilmente l'erba aromatica comunemente più associata alla Liguria, a causa del suo ruolo fondamentale nel pesto. Questo famosissimo condimento, arricchito eventualmente da patate e, se di stagione, fagiolini, può accompagnare anche altri tipi di pasta, di cui il più noto sono forse le trofie, la cui origine è nuovamente da collocare nel Levante ligure, più precisamente nel Golfo Paradiso, fra i Comuni di Sori, Avegno, Recco e Camogli. Nel loro stesso nome potrebbe essere ritrovata la loro antica preparazione: infatti, la parola potrebbe derivare dal genovese *strufuggià*, ovvero strofinare, in riferimento al movimento necessario per conferire alla pasta la tipica forma arricciata e un po' irregolare. Stando ad altre ipotesi, potrebbe invece condividere la radice di ‘tronfio’, il cui significato originario è anche ‘gonfio, tumido’, oppure derivare dal latino *torquere*, attorcigliare, sempre in riferimento alla preparazione delle trofie, spesso attuata con il supporto di un ferro da maglia in legno attorno alla quale veniva arrotolato il filamento di pasta⁵. La loro produzione in forma secca, favorendo la conservazione, ne ha permesso la diffusione in tutto il Mondo, rendendole forse il piatto ligure più conosciuto e apprezzato anche all'estero. Infine, sempre riguardo ai tipi di pasta

⁴ Fonte: <https://magazine.lorenzovinci.it/ricipe/trenette-al-pesto-ricetta-e-storia-della-pasta-genovese/>

⁵ Fonte: <https://www.spaghettiemandolino.it/blog/579-trofie-pesto-genovese-abbinamenti-ricette-storia.html>

che meglio si sposano con il pesto, possiamo citare i testaroli, la cui collocazione si spinge all'estremo Levante ligure, sconfinando in Toscana, dove si può anche trovare abbinato ad un robusto ragù di cinghiale. Il nome deriva dal piatto di ghisa ('testo') arroventato su cui veniva versata la pastella per essere cotta ed è plausibile che questa pietanza, seppur probabilmente preparata con farina di farro, fosse già conosciuta dagli antichi romani⁶. Rimanendo nell'ambito dei primi piatti, distaccandosi dal famoso pesto e dal suo basilico per esplorare ulteriori possibilità date dalle erbe aromatiche tipiche della zona, non si possono trascurare i famosi pansoti (talvolta 'pansotti') alla salsa di noci: il loro nome deriva da *pansa*, 'pancia', per indicare il rigonfiamento dovuto al ripieno di *preboggion*, vale a dire il mazzetto aromatico delle erbe da cuocere (il cui significato è 'da pre-bollire'), che varia a seconda della tradizione e della disponibilità degli ingredienti. In genere la forma tipica dei pansoti è simile a quella di un fagottino, ma è possibile trovarli anche a triangolo o mezzaluna e vengono citati per la prima volta nella Guida Gastronomica d'Italia del Touring Club Italiano, edita nel 1931 nelle righe dedicate a Rapallo⁷.

Altro emblema della cucina ligure è indubbiamente la focaccia, che costituisce un vero jolly della gastronomia locale: ideale per un pranzo sfizioso in spiaggia, se accompagnata dal caffè, perfetta anche per la colazione, amatissima come merenda, la focaccia può essere gustata a tutte le ore senza che alcun ligure possa vederci niente di strano; di medesimo avviso dovevano essere i genovesi del Rinascimento, epoca in cui sembra che fosse consuetudine mangiare la focaccia anche in chiesa, durante matrimoni e funerali, accompagnata dal vino nel momento della benedizione. Tale abitudine causò addirittura la minaccia di scomunica da parte del vescovo Matteo Gambaro, probabilmente esasperato da quel susseguirsi di merende durante le celebrazioni più solenni. Sempre al Cinquecento risalgono alcune liste riguardanti i banchetti di festeggiamento, che comprendono alcune 'fugase': tuttavia è improbabile supporre che prima dell'Ottocento la focaccia fosse proprio la stessa che oggi, addirittura tutelata da un marchio, si trova in tutta la Liguria, avendo subito la ricetta un'evoluzione nel tempo. È nei ricettari di quest'epoca che si nominano le caratteristiche fossette della superficie, create ad hoc con le dita, mentre è plausibile che il termine, antecedentemente, indicasse in maniera più generica diversi pani sottili usati come accompagnamento alle pietanze⁸. Ad oggi, invece, il colore dorato, uno spessore che non deve superare i 2 centimetri, la croccantezza ai bordi e la morbidezza all'interno, sono, per i palati genovesi, solo alcuni dei canoni imprescindibili della focaccia degna del suo nome e del suo marchio. La focaccia presenta poi numerose varianti, tra cui le più famose sono quella alle cipolle, alle olive e

⁶ Fonte: <https://www.innaturale.com/alla-scoperta-del-testarolo-lantico-antenato-della-pasta/>

⁷ Fonte: <https://blog.nutribees.com/2019/10/29/pansoti-ricetta-tradizionale/>

⁸ Fonte: <https://www.gazzettadelgusto.it/liguria/focaccia-genovese-o-fugassa-storia/>



Figura n. 2
La focaccia di Recco con il formaggio
Fonte: fotografia di Enrico Bernardini

alla salvia. In questi casi la ricetta della focaccia viene semplicemente arricchita dall'ingrediente aggiuntivo, ma sostanzialmente la composizione e la modalità dell'impasto e la cottura rimangono pressoché invariate rispetto al modello originale⁹. Un caso a parte rappresenta invece un altro piatto simbolo del Levante ligure, che pur avvalendosi dell'appellativo 'focaccia' presenta numerose differenze: è dunque doveroso citarla con il nome intero, Focaccia di Recco col formaggio. Questa è la denominazione corretta del consorzio a cui è stato anche attribuito il marchio IGP¹⁰ nel 2012.

Seppur con nomi diversi, la focaccia col formaggio transita sulle tavole liguri da molto tempo, addirittura ne è attestata la presenza all'epoca delle Crociate: la storica Simonetta Nuvolari Duodo Valenziano (1999) cita una «focaccia di semola ripiena di giuncata appena rappresa» tra le pietanze imbandite per festeggiare la Pentecoste del 1189 nell'Abbazia di San Fruttuoso, che accoglieva i crociati liguri per un solenne *Te Deum* prima della partenza per la Terra Santa¹¹. L'origine del piatto, secondo la tradizione, è da attribuire alla popolazione recchese, in fuga verso l'entroterra a causa delle invasioni dei Saraceni, che, combinando gli ingredienti che aveva a disposizione e cuocendoli su una pietra d'ardesia coperta, creò il prototipo di un prodotto gastronomico oggi noto in tutto il Mondo: l'ennesimo esempio di come i liguri, esperti nell'arte dell'arrangiarsi, siano riusciti, anche in situazioni di emergenza e da ingredienti semplici e talvolta di avanzo, a inventare piatti riconosciuti a livello globale, dimostrando così che, anche in cucina, l'insieme è maggiore della somma delle parti.

⁹ Fonte: <https://www.gazzettadelgusto.it/liguria/focaccia-genovese-o-fugassa-storia/>

¹⁰ Il marchio IGP è riconosciuto ai prodotti in cui una certa qualità o una caratteristica è collegata all'origine geografica ed una fase della lavorazione avviene in quell'area. Fonte: <http://www.agriligurianet.it/it/vetrina/turismo-verde/marchi-e-certificazioni-di-qualita/marchi-europei-dei-prodotti-dop-igp-stg.html>

¹¹ Fonte: <https://www.focacciadirecco.it/la-focaccia-di-recco-col-formaggio/la-storia>

4. Il ruolo della comunicazione web nel mondo attuale

Come sottolineato nel volume *La comunicazione politica in Rete. Costruire il Consenso nell'epoca del web 2.0* a cura di Stefano Epifani, Alessio Jacona, Magda Paolillo, Roberto Lippi, il sito web è fondamentale, è il biglietto da visita per ogni ente, sia esso pubblico o privato. Pertanto deve, oltre ad essere accessibile e contenere l'informazione sull'utilizzo dei cookies ai sensi della normativa vigente, dovrebbe rispecchiare i contenuti relativi alla promozione sul territorio del prodotto (Bernardini, 2019a).

La *home page* deve diventare una *landing page*, ovvero una pagina web finalizzata a convincere l'utente a eseguire un'azione di conversione che, in questo caso, consiste nell'informarsi maggiormente sulla particolarità enogastronomica locale e, eventualmente, procedere all'acquisto (Ejarque, 2016).

Nello sviluppo di una teoria di social media marketing applicata al sito web di un qualsiasi ente, è considerato oramai come uno standard fare riferimento al *marketing funnel*, processo attraverso il quale il visitatore del sito, potenziale turista o appassionato, decide di interessarsi a un determinato prodotto.

Le fasi del marketing funnel sono:

1. *Awareness*, ovvero la consapevolezza che il potenziale cliente (visitatore) ha del brand;
2. *Opinion*, l'opinione che il potenziale visitatore si fa del sito web;
3. *Consideration*, la valutazione dell'offerta presente sul sito web;
4. *Preference*, dove l'utente decide se acquistare o meno quel determinato prodotto sul sito web;
5. *Purchase*, il vero e proprio acquisto.

La teoria del *funnel*, sviluppata in riferimento alle grandi piattaforme di e-commerce, può e deve essere applicata anche ai siti web di altro genere perché permette una più accurata ed oggettiva valutazione del brand e delle possibilità offerte al pubblico (Ejarque, 2016). Infine, come andremo ad analizzare nel prossimo paragrafo, in un sito web non possono mancare i riferimenti ed i collegamenti ai social network, di fondamentale importanza per una strategia di marketing che si rispetti.

4.1 social network per la comunicazione turistica

I social network nascono dalla consapevolezza che il sito internet tradizionale non offra momenti di interazione e dialogo con gli utenti, cosa che, al contrario, è sempre più richiesta ed è centrale in una strategia di marketing online.

Trattando della promozione turistica sul territorio di un prodotto tipico o di un even-

to che miri a valorizzarlo, è invece cruciale l'attivazione ed il costante aggiornamento dei social network:

1. *Facebook e Google+*: nel caso specifico è consigliata l'apertura di una pagina dove sarà possibile: 1) Fare attività di storytelling, 2) Promuovere gli eventi organizzati, 3) Pubblicare dei post sul prodotto in questione con anche immagini significative.
2. *Instagram e Pinterest*: social network dove le immagini giocano in ruolo determinante. Attualmente acquisito da Facebook può essere utilizzato nelle sue piene potenzialità soltanto grazie allo smartphone, perché via pc non è possibile eseguire alcune azioni come, ad esempio, pubblicare dei post. Infine, su Instagram è possibile effettuare anche piccole attività di editing fotografico prima della pubblicazione delle immagini (Barbotti, 2016). Anche nel caso di Pinterest sono le immagini a lasciar parlare per il prodotto, quindi dovranno essere studiate in modo tale da avere il giusto impatto psicologico sull'utente, dovranno coinvolgerlo e convincerlo a dare una possibilità alla specialità da valorizzare. Ma, al contrario di Instagram e malgrado sia meno conosciuto, Pinterest permette la creazione di gallerie fotografiche a tema, strumento utilissimo per la pubblicizzazione degli eventi dedicati.
3. *You Tube*: l'apertura di un canale YouTube può essere utile sia per la pubblicizzazione del prodotto locale attraverso video e spot sulle bellezze e ricchezze dello stesso offerte ai turisti, sia per fornire una breve presentazione della stessa, nonché per la pubblicazione degli eventi promossi come sagra, manifestazioni gastronomiche, laboratori o conferenze. Buona norma comune a tutti i social network è l'utilizzo della tecnica dell'hashtag alla fine dei post. Servirsi dell'hashtag (#) permette che essi vengano raggruppati all'interno del social network per categoria o più categorie, in modo da essere facilmente localizzati dagli utenti.

Le strategie, se attuate con sinergia in un Piano di comunicazione, avranno il compito di definire ed implementare la *web reputation* del prodotto e degli enti che si occupano della sua promozione, ovvero la reputazione creata online che percepiscono gli utenti dai canali social. Avere una buona *web reputation* è molto importante perché se i canali social ed il sito web di un ente non vengono adeguatamente curati ed aggiornati, avranno sempre meno visitatori e, ancor peggio, si rischia la diffusione di una 'cattiva nomea' che inficerà negativamente sulla considerazione dell'azienda/agenzia nel territorio circostante (Bernardini, 2019a).

5. Alcune realtà della riviera ligure di Levante

La promozione delle specificità locali liguri non ha una lunga storia, soprattutto se associata al turismo e, in particolare, al turismo enogastronomico che in Liguria non si è mai del tutto sviluppato. Come ogni altra Regione, possiede le proprie particolarità (cfr. par. 3) legate al paesaggio ligure, tra mare e montagna.

Alcune realtà hanno costituito dei Consorzi specifici al fine di tutelare i prodotti del territorio:

1. Consorzio Focaccia di Recco col formaggio¹²,
2. Consorzio panificatori (focaccia genovese)¹³,
3. Consorzio del basilico genovese DOP¹⁴,
4. Consorzio del pesto genovese¹⁵.

I consorzi sono dotati di canali social (Facebook e Instagram principalmente) per la promozione delle loro attività.

Le iniziative favorite dai Consorzi riguardano, oltre la vendita al dettaglio, l'organizzazione di manifestazioni e sagre, prevalentemente nel periodo primaverile/estivo, con al centro la promozione di una data specialità del territorio.

Punto di contatto tra il turismo enogastronomico e le sagre è la valorizzazione delle risorse locali: oltre alla gastronomia, l'enologia e i sapori, questo tipo di eventi può ospitare anche rievocazioni storiche, diverse in Liguria, ed occasioni per poter contemplare sia le bellezze naturali che il patrimonio storico-artistico di cui è molto ricca la Regione (Bernardini, 2019b).

Infine, non sono molte le realtà che si occupano della promozione online del Levante Ligure, anche per quanto riguarda l'enogastronomia. Tra le più attive si segnala:

1. Portale web MangiareinLiguria.it, dove è possibile trovare moltissime informazioni circa la ristorazione e l'enogastronomia in Liguria¹⁶.
2. Portale web iltigullio.com, sito web e social network, che si occupa della promozione della zona del Tigullio (Da Portofino a Sestri Levante), delle manifestazioni culturali ed eventi, anche di carattere enogastronomico, come sagre, feste, e la cucina ligure del Tigullio in generale¹⁷.
3. Consorzio Portofino Coast attivo dal 1987 per la promozione turistica dell'area di Portofino e Santa Margherita Ligure¹⁸.

¹² Fonte: <https://www.focacciadirecco.it/>

¹³ Fonte: <http://www.focacciagenova.it/>

¹⁴ Fonte: <https://www.basilicogenovese.it/>

¹⁵ Fonte: <https://www.mangiareinliguria.it/pesto-genovese/consorzio-pesto-genovese>

¹⁶ Fonte: <https://www.mangiareinliguria.it/>

¹⁷ Fonte: <https://iltigullio.com/about/>

¹⁸ Fonte: <https://www.portofinocoast.it/it/Default.aspx>

4. Guide turistiche Genova Cinque Terre Liguria-guide turistiche e guide ambientali abilitate a Genova, Cinque Terre, Portofino, e in tutta la Liguria di Levante, nelle Provincie di Genova e La Spezia che propongo visite guidate, anche di carattere enogastronomico¹⁹.

6. Conclusioni. Valorizzazione del territorio o turismo enogastronomico?

La Liguria per molti anni ha conosciuto un turismo legato alle ‘secondo case’, attivo trasversalmente sia a Levante che a Ponente. Un turismo, soprattutto negli anni Cinquanta e Sessanta ad opera dei liguri stessi che, abitando la maggior parte dell’anno in grandi città come Genova o Savona, si recavano nell’altra abitazione di loro proprietà in località balneari o di montagna delle due riviere (Zanini, 2012).

In seguito al boom economico dell’Europa e degli Stati Uniti nel dopoguerra, la platea dei turisti si è via via allargata diventando sempre più internazionale, grazie anche all’affermarsi di destinazioni turistiche note nel mondo come Portofino e le Cinque Terre. Le specialità enogastronomiche liguri, frutto di una lunga tradizione plurisecolare, come analizzato in precedenza, non sono state considerate una attrazione turistica se non marginalmente; soltanto di recente sono stati fatti dei passi avanti da questo punto di vista considerando che gli eventi che vanno per la maggiore come, ad esempio, le sagre, non sono state concettualmente strutturate in ottica turistica. Pertanto, i prodotti tipici del territorio, ancora oggi, sono messi in secondo piano sia dai turisti che si recano in Liguria, sia dalle realtà che svolgono attività di promozione turistica del territorio. Ultimamente qualcosa si sta muovendo in questo senso e si sta iniziando ad associare, a livello nazionale ed internazionale, alcune cittadine della riviera di Levante a delle specialità, come il caso di Recco e della focaccia con il formaggio. Il percorso verso la trasformazione della Liguria e, in particolare, il Levante, in meta di turismo enogastronomico è ancora lungo: le diverse realtà trattate in questo contributo sono da intendersi infatti come enti che attuano azioni di valorizzazione di specificità del territorio, piuttosto che politiche di un vero proprio turismo enogastronomico e comunicazione turistica che presuppongono, al giorno d’oggi, una organizzazione di una offerta turistica complessa e strutturata con al centro il prodotto locale.

¹⁹ Fonte: <http://www.guidegenova5terre.com/>

Bibliografia

Agnoletti V., *La nuovissima cucina economica o sia la cucina economica ridotta a maggior semplicità e chiarezza seguendo il gusto più moderno*, Roma presso Vincenzo Poggioli, 1814, <https://archive.org/details/b29321451/page/n3/mode/2up>

Barbotti I., *Instagram marketing*, Milano, Hoepli, 2016.

Bernardini E., «Le potenzialità di un museo di antropologia per la promozione turistica sul territorio», in Salvatori F. (ed.), *L'apporto della Geografia tra rivoluzioni e riforme. Atti del XXXII Congresso Geografico Italiano (Roma, 7-10 giugno 2017)*, Roma, A.Ge.I., 2019a, pp. 3081-3088.

Bernardini E., «Alla scoperta di sapori e tradizioni. Turismo Enogastronomico e Sagre», in *Tellusfolio.it*, 29-07-2019b - <http://www.tellusfolio.it/index.php?prec=%2Findex.php%3Flev%3D104&cmd=v&id=2273>

Bernardini E., Varani N., «Aromatic Herbs and Spices in the Mediterranean Cuisine and in Food and Wine Tourism. Historical-geographical reflections», in Antoniazzi A., Bernardini E. (eds.), *Aromatic and medical herbs: to educate the discovery and communication of their properties*, Roma, Carocci, 2019, pp. 94-109.

Ejarque J., *Social media marketing per il turismo*, Milano, Hoepli, 2016.

Epifani S., Jacona A., Paolillo R., Lippi R., *Manuale di comunicazione politica in Rete*, Roma, Apes, 2011.

Novolari Duodo Valenziano S., *Il fantasma dell'Opera di Genova*, Genova, De Ferrari, 1999.

Zanini A., *Un secolo di turismo in Liguria. Dinamiche, percorsi, attori*, Milano, FrancoAngeli, 2012.

Sitografia

<http://www.agriligurianet.it/it/vetrina/turismo-verde/marchi-e-certificazioni-di-qualita/marchi-europei-dei-prodotti-dop-igp-stg.html>

<https://www.basilicogenovese.it/>

<https://blog.nutribees.com/2019/10/29/pansoti-ricetta-tradizionale/>

<https://www.focacciadirecco.it/>

<https://www.focacciadirecco.it/la-focaccia-di-recco-col-formaggio/la-storia>

<http://www.focacciagenova.it/>

<https://www.gazzettadelgusto.it/liguria/focaccia-genovese-o-fugassa-storia/>

<http://www.guidegenova5terre.com/>

<https://iltigullio.com/about/>

<https://www.innaturale.com/alla-scoperta-del-testarolo-lantico-antenato-della-pasta/>

https://it.wikipedia.org/wiki/Trenette_al_pesto#/media/File:Pesto5.jpg

<https://magazine.lorenzovinci.it/recipe/trenette-al-pesto-ricetta-e-storia-della-pasta-genovese/>
<https://www.mangiareinliguria.it/>
<https://www.mangiareinliguria.it/pesto-genovese/consorzio-pesto-genovese>
<https://www.portofinocoast.it/it/Default.aspx>
<https://www.spaghettemandolino.it/blog/579-trofie-pesto-genovese-abbinamenti-ricette-storia.html>

Autori

BANINI TIZIANA

È Professore Associato di Geografia presso Sapienza Università di Roma (Italia). Nel 2012 ha conseguito l'Abilitazione Scientifica Nazionale a Professore Ordinario di Geografia. È stata Coordinatrice Nazionale del Gruppo di Ricerca 'Identità Territoriali' dell'A.Ge.I. (Associazione Italiana Geografi), dal 2008 al 2021. È Membro del Consiglio della Società Geografica Italiana (SGI) e Membro del Comitato Tecnico Scientifico sulla Sostenibilità di Sapienza Università di Roma. I suoi principali interessi di ricerca riguardano l'identità territoriale, i processi socio-culturali, la sostenibilità e le questioni ambientali, lo sviluppo locale e i processi partecipativi.

Is Associate Professor of Geography at Sapienza University of Rome (Italy). In 2012 she gained the National Scientific Qualification as Full Professor in Geography. She has been National Coordinator of the Research Group 'Territorial Identities' of A.Ge.I. (Italian Association of Geographers), from 2008 to 2021. She is a Member of the Italian Geographical Society Council (SGI) and a Member of the Scientific-Technical Committee on Sustainability of Sapienza University of Rome. Her main research interests are in territorial identity, socio-cultural processes, sustainability and environmental issues, local development and participative processes.

BATALLER CATALÀ ALEXANDRE

È Professore del Dipartimento di Didattica della Lingua e della Letteratura presso l'Università di Valencia. Le sue ricerche riguardano l'educazione multilingue, la didattica della scrittura creativa e della poesia, la letteratura e l'educazione popolare e, soprattutto, l'uso dei percorsi letterari e del territorio nella didattica della lingua. È membro dei gruppi di ricerca POCIÓ e GEOLIT.

Profesor Titular del Departamento de Didáctica de la Lengua y la Literatura de la Universidad de Valencia. Sus investigaciones se relacionan con la educación multilingüe, la didáctica de la escritura creativa y de la poesía, la literatura popular y la educación y, especialmente, el uso de las rutas literarias y del territorio en la didáctica de la lengua. Es miembro de los grupos de investigación POCIO i GEOLIT.

BERNARDINI ENRICO

Docente a contratto di Geografia all'Università di Genova e dottorando in Scienze Sociali, indirizzo Sociologia, all'Università di Ginevra. I suoi interessi di ricerca riguardano le migrazioni altamente qualificate, l'Africa sub-sahariana, il Sud America, il turismo enogastronomico ed il turismo sostenibile. Ha pubblicato svariati articoli di carattere geografico su riviste nazionali ed internazionali.

Adjunct professor geography at the University of Genoa and PhD student in Social Sciences, specialising in sociology, at the University of Geneva. His research interests concern highly skilled migration, sub-Saharan Africa, South America, food and wine tourism and sustainable tourism. He has published several geographical articles in national and international journals.

BORDESSOULE ERIC

Lecturer in Geography at Clermont Auvergne University, Associate of Geography, members of UMR Territoire. My research concerns four main themes: the pastoral field; the relationship between geography and literature through the geographical dimension of literary texts but also the local development dimension that this literary geography may have; a reflexion on the epistemology of geography based on the contribution of the study of higher education textbooks.

Maître de conférences hors classe en géographie à l'université Clermont Auvergne, agrégé de géographie, membres de l'UMR Territoire. Mes recherches concernent quatre thématiques principales: le domaine pastoral; la relation entre la géographie et la littérature à travers la dimension géographique des textes littéraires, mais également la dimension de développement local que peut revêtir cette géographie littéraire; une réflexion sur l'épistémologie de la géographie reposant sur l'apport de l'étude des manuels de l'enseignement supérieur.

CATALÀ MARTICELLA ROSA

Doctora en Geografia y Máster en Planificación y Gestión Ambiental por la Universidad de Barcelona. Es profesora de Geografía e Historia en un instituto de educación secundaria y colabora con un grupo de investigación que trabaja en experiencias didácticas desde la literatura. Su principal campo de investigación se centra en el estudio de las interacciones entre la literatura y la geografía. Su tesis doctoral se titula *La geografia com a narració descriptiva i com a construcció d'una 'pedagogia del món'. La literatura paisatgística de Josep Pla com a cas d'estudi*.

PhD in Geography and Master in Planning and Environmental Management from University of Barcelona. She teaches Geography and History at a secondary school and collaborates with a research group which works in didactic experiences from Literature. Her main research field is focused on the study of interactions between Literature and Geography. Her PhD thesis is entitled Geography as a descriptive narrative and as a pedagogy of our world. A case study of the landscape literature of Josep Pla.

CERUTTI STEFANIA

Professore Associato di Geografia Economico-Politica dell'Università del Piemonte Orientale, è direttrice del Centro Studi Interdipartimentale *Upontourism. Vision, Strategy, Research for innovative and sustainable tourism*. I suoi interessi di ricerca vertono su turismo, sviluppo locale, patrimonio culturale, aree interne e montane. È autrice di numerosi saggi e articoli pubblicati su riviste italiane ed estere.

Associate Professor of Economic-Political Geography at University of Piemonte Orientale, she is director of the Interdepartmental Study Center Upontourism. Vision, Strategy, Research for innovative and sustainable tourism. Her research interests focus on tourism, local development, cultural heritage, inland and mountain areas. Her research has resulted in the publication of many articles and scientific papers published in national and international journals.

GALIFI EMA

Doctorante à la Faculté des sciences de la société de l'Université de Genève et assistante de recherche et d'enseignement au *Centre de Compétences Dusan Sidjanski en études européennes* du *Global Studies Institute* de l'Université de Genève. Elle est membre du

Comité de rédaction de la revue *Le Globe. Revue genevoise de géographie* et a co-coordonné des numéros tels qu'«Alexander von Humboldt et autres pèrègrins» (vol. 159, 2019) et «Sur les pas de...» (vol. 160, 2020). Elle est l'auteure d'articles sur Isabelle Eberhardt et Albert Camus.

Ph.D candidate at the Faculty of Social Sciences at the University of Geneva and research and teaching assistant at the Dusan Sidjanski Competence Center in European Studies at the Global Studies Institute at the University of Geneva. She is a member of the editorial board of Le Globe. Revue genevoise de géographie and she has co-coordinated issues such as «Alexander von Humboldt et autres pèrègrins» (vol. 159, 2019) and «Sur les pas de...» (vol. 160, 2020). She is also the author of articles on Isabelle Eberhardt and Albert Camus.

GAVINELLI DINO

È professore ordinario di geografia all'Università degli Studi di Milano. Ha insegnato anche in altri atenei (Genova, Piemonte orientale, Venezia, Paris VII e X). Si occupa di organizzazione regionale, geografia culturale e del turismo, geopolitica, semiologia cartografica. È Presidente del Centro Studi Problemi Internazionali e Vice Presidente dell'Associazione Italiana Insegnanti di Geografia. È direttore della rivista *Geography Notebooks* e co-direttore delle collane *Kosmos* (Mimesis) e *Tratti Geografici* (FrancoAngeli).

Full professor of geography at the University of Milan. He has also taught in other universities (Genoa, Eastern Piedmont, Venice, Paris VII and X). He is interested in regional organization, cultural geography and tourism, geopolitics, cartographic semiology. He is President of the Center for International Problems Studies and Vice President of the Italian Association of Geography Teachers. He is director of Geography Notebooks magazine and co-editor of the Kosmos (Mimesis) and Tratti Geografici (FrancoAngeli) series.

GIAN TOMASSO CAMILLA

Laureata magistrale in Filologia Moderna (2015) con tesi in Geografia letteraria. Dal 2019 dottoranda in Scienze Documentarie, Linguistiche e Letterarie (curriculum in Studi Geografici), presso Sapienza Università di Roma, con un progetto dedicato al rapporto tra heritage e memoria.

Master's degree in Modern Philology (2015) with a thesis in Literary Geography. From 2019 PhD student in Documentary, Linguistic and Literary Sciences (curriculum in Geographical Studies), at Sapienza University of Rome, with a project focus on the relationship between heritage and memory.

LOPEZ LUCREZIA

Docente di Geografia presso il Dipartimento di Geografia dell'Università di Santiago de Compostela (USC) e segretaria del CETUR (Centros de Estudios Turísticos). Nel 2012, ha conseguito il dottorato di ricerca in Geografia presso l'USC. Le sue linee di ricerca riguardano il Cammino di Santiago, studiato da una pluralità di approcci geografici, culturali e turistici. Inoltre, si occupa di studi culturali e mediterranei, geografia del turismo, patrimonio e gestione del patrimonio, e geohumanities.

Lecturer of Geography at the Department of Geography of the University of Santiago de Compostela (USC) and secretary of CETUR (Centros de Estudios Turísticos). In 2012, she got her PhD in Geography from the USC. Her research lines concern the Camino de Santiago, studied by a plurality of geographic, cultural and touristic approaches. Additionally, she deals with cultural and Mediterranean studies, tourism geography, heritage and heritage management, and geohumanities.

MANTI FRANCO

Insegna Etica Sociale, Etica della Comunicazione, Comunicazione Etico-sociale d'Impresa, Filosofia Morale all'Università degli Studi di Genova. È Direttore di EtApp Laboratorio di ricerca per le etiche applicate e dell'International Research Office for Bioethics Education of the European Centre for Bioethics and Quality of Life - UNESCO Chair in Bioethics Italian Unit. Ha pubblicato numerosi scritti e monografie su temi di etica, filosofia politica, bioetica.

Lecturer of Social Ethics, Ethics of Communication, Ethical-Social Business Communication and Moral Philosophy at the University of Genoa. He is the Director of EtApp Research Laboratory for Applied Ethics and of the International Research Office for Bioethics Education of the European Centre for Bioethics and Quality of Life - UNESCO Chair in Bioethics Italian Unit. He has published numerous essays and monographs on ethics, political philosophy and bioethics.

TORT DONADA JOAN

Geógrafo y catedrático de Geografía de la Universidad de Barcelona. Sus intereses de investigación involucran estudios regionales, paisaje, toponimia, epistemología de la geografía, planificación urbana y rural y el estudio del territorio a partir de la literatura. Ha analizado la dimensión espacial de los nombres de lugar y la relación entre los nombres y la experiencia humana del mundo. Ha llevado a cabo diversos proyectos de investigación orientados al estudio de regiones y paisajes en España como construcciones culturales.

Geographer and professor of Geography at University of Barcelona. His research interests encompass Regional Studies, Landscape, Toponymy, Epistemology of Geography, Urban and Rural Planning, and Geographical Research in Literature. He has a particular interest in the study of place names, and the relationship between names and human experience of world. He has led various research projects aiming to tackle the analysis of regions and landscapes in Spain as cultural constructions.

VARESE ELISA

Insegnante di materie umanistiche e specializzata in sostegno didattico agli alunni con disabilità nella scuola secondaria, i suoi interessi di ricerca riguardano lingue e letterature comparate, arte e cinema. È autrice di svariati articoli su tematiche linguistiche e letterarie.

Humanities teacher specialising in educational support for disabled students in secondary schools, her research interests include comparative languages and literature, art and cinema. She is the author of several articles on linguistic and literary topics.

ZANINI ANDREA

È professore associato di Storia economica presso il Dipartimento di Economia dell'Università degli Studi di Genova. È autore di numerosi saggi sull'evoluzione socio-economica del turismo tra Otto e Novecento, pubblicati in Italia e all'estero.

Associate professor of Economic History at the University of Genova, Department of Economics. He is the author of several essays on the socio-economic evolution of tourism between the nineteenth and twentieth centuries, published in Italy and abroad.

ZANOLIN GIACOMO

È attualmente Ricercatore a Tempo Determinato di tipo B in Geografia umana presso il dipartimento di Scienze della Formazione dell'Università degli Studi di Genova. Ha ottenuto il Dottorato di Ricerca in Scienze dei Beni Culturali e Ambientali nel 2016 presso l'Università degli Studi di Milano. I suoi principali interessi di ricerca riguardano la geografia rurale, la geografia del turismo (con particolare riferimento alle aree protette) e la didattica della geografia (con particolare riferimento alle competenze geografiche in ambito didattico ed educativo).

Currently researcher in Human Geography at the University of Genoa at the Department of Educational Sciences. He has obtained the PhD in Cultural Heritage and Environment in 2016 at the University of Milan. His main research interests are on tourism and rural geography (with specific focus on protected areas) and on didactics of geography (with specific focus on geographical skills in education and didactics activities).

Collana *I quaderni di TeTusLab*

1. *I territori locali. Fra valorizzazione endogena e fruizione turistica sostenibile*, a cura di Marina Marengo e Enrico Bernardini, 2021 (ISBN versione eBook: 978-88-3618-109-4)

Marina Marengo è professore di Geografia presso il Dipartimento di Scienze della Formazione (DISFOR) dell'Università di Genova. I suoi principali campi di ricerca sono: I fenomeni migratori e interculturali; i gender studies, la valorizzazione dei territori locali, la geografia culturale e letteraria, le metodologie qualitative in geografia.

Marina Marengo is professor of Geography at the Dipartimento di Scienze della Formazione (DISFOR) at the University of Genoa. The main fields of her research are: Migratory phenomena and interculturality; Gender Studies, enhancement of local territories; Cultural and Litterary geography; Qualitative methodology of geography.

Enrico Bernardini è docente a contratto di Geografia all'Università di Genova e dottorando in Scienze Sociali, indirizzo sociologia, all'Università di Ginevra. I suoi interessi di ricerca riguardano le migrazioni altamente qualificate, l'Africa sub-sahariana, il Sud America, il turismo enogastronomico ed il turismo sostenibile. Ha pubblicato svariati articoli di carattere geografico su riviste nazionali ed internazionali.

Enrico Bernardini is adjunct professor Geography at the University of Genoa and PhD student in Social Sciences, specialising in sociology, at the University of Geneva. His research interests concern highly skilled migration, sub-Saharan Africa, South America, food and wine tourism and sustainable tourism. He has published several geographical articles in national and international journals.

Il convegno è stato organizzato con l'obiettivo di permettere di analizzare congiuntamente i processi di valorizzazione dei territori locali, incentrati prevalentemente sulle questioni patrimoniali – materiali ed immateriali – e i sempre più presenti fenomeni turistici slow. L'approccio congiunto ha permesso di prendere in considerazione i punti di vista degli *insiders* – attivatori di processi di valorizzazione volti alla soddisfazione dei bisogni e aspirazioni degli abitanti dei territori – e degli *outsiders*, fruitori esterni attratti dalla qualità dell'offerta a loro disposizione dai contesti locali.

Le colloque a été organisé dans le but d'une analyse conjointe des processus de valorisation des territoires locaux – surtout centrés sur les questions du patrimoine (matériel et immatériel) – et les toujours plus importants et fréquents phénomènes de tourisme slow. Cette approche couplée nous a permis de nous situer du point de vue des insiders – à l'origine des processus de valorisation centrés sur la réponse aux besoins et aspirations des habitants des territoires – ainsi que des outsiders, utilisateurs externes attirés par la qualité de l'offre des contextes locaux.

The conference was organized with the aim of allowing to jointly analyze the processes of enhancement of local areas, mainly focused on patrimonial issues – tangible and intangible – and the increasingly present slow tourism phenomena. The joint approach made it possible to take into consideration the points of view of the insiders – activators of enhancement processes aimed at satisfying the needs and aspirations of the inhabitants of the territories – and of the outsiders, external users attracted by the quality of the offer available to them by local contexts.

ISBN: 978-88-3618-109-4



9 788836 181094

Immagine di copertina
composizione di foto
realizzate da Marina Marengo