



ISSN 2240-7596

a **aipsa** **edizioni** **srl**

AMMENTU

**Bollettino Storico e Archivistico del
Mediterraneo e delle Americhe**

N. 24
luglio - dicembre 2023

<http://www.centrostudisea.it/ammentu/index.php/rivista/index>
www.aipsa.com

Direzione

Martino CONTU (direttore), Annamaria BALDUSSI, Patrizia MANDUCHI

Comitato di redazione

Giampaolo ATZEI (capo redattore), Lucia CAPUZZI, Raúl CHEDA, Maria Grazia CUGUSI, Lorenzo DI BIASE, Mariana FERNÁNDEZ CAMPO, Manuela GARAU, Camilo HERRERO GARCÍA, Francesca MAZZUZI, Nicola MELIS (capo redattore), Giuseppe MOCCI, Carlo PILLAI, Domenico RIPA, Elisabeth RIPOLL GIL, Maria Cristina SECCI (coordinatrice), Maria Angel SEGOVIA MARTÍ, Fabio Manuel SERRA (coordinatore), Maria Eugenia VENERI, Antoni VIVES REUS

Comitato scientifico

Nunziatella ALESSANDRINI, Universidade Nova de Lisboa/Universidade dos Açores (Portugal); Pasquale AMATO, Università di Messina - Università per stranieri "Dante Alighieri" di Reggio Calabria (Italia); Juan Andrés BRESCIANI, Universidad de la República (Uruguay); Carolina CABEZAS CÁCERES, Museo Virtual de la Mujer (Chile); Zaide CAPOTE CRUZ, Instituto de Literatura y Lingüística "José Antonio Portuondo Valdor" (Cuba); Margarita CARRIQUIRY, Universidad Católica del Uruguay (Uruguay); Josep María FIGUERES ARTIGUES (Universitat Autònoma de Barcelona); Luciano GALLINARI, Istituto di Storia dell'Europa Mediterranea del CNR (Italia); Maria Luisa GENTILESCHI, Università di Cagliari (Italia); Elda GONZÁLEZ MARTÍNEZ, Consejo Superior de Investigaciones Científicas (España); Antoine-Marie GRAZIANI, Università di Corsica Pasquale Paoli - Institut Universitaire de France, Paris (France); Rosa Maria GRILLO, Università di Salerno (Italia); Roberto IBBA, Università di Cagliari (Italia); Souadi LAGDAF, Struttura Didattica Speciale di Lingue e Letterature Straniere, Ragusa, Università di Catania (Italia); Emanuela LOCCI, Università di Torino (Italia); Victor MALLIA MILANES, University of Malta (Malta); Antoni MARIMÓN RIUTORT, Universidad de las Islas Baleares (España); Lená MEDEIROS DE MENEZES, Universidade do Estado do Rio de Janeiro (Brasil); Roberto MORESCO, Società Ligure di Storia Patria di Genova (Italia); Carolina MUÑOZ-GUZMÁN, Universidad Católica de Chile (Chile); Fabrizio PANZERA, Archivio di Stato di Bellinzona (Svizzera); Sebastia SERRA BUSQUETS, Universidad de las Islas Baleares (España); Dante TURCATTI, Universidad de la República (Uruguay).

Comitato di lettura

La Direzione di AMMENTU sottopone a valutazione (referee), in forma anonima, tutti i contributi ricevuti per la pubblicazione.

Responsabile del sito

Stefano ORRÙ

AMMENTU - Bollettino Storico e Archivistico del Mediterraneo e delle Americhe

Periodico semestrale pubblicato dal Centro Studi SEA di Villacidro e dalla Casa Editrice Aipsa di Cagliari.

Registrazione presso il Tribunale di Cagliari n° 16 del 14 settembre 2011.

ISSN 2240-7596 [online]

c/o **Fondazione "Mons. Giovannino Pinna" onlus**

Via Roma 4

09039 Villacidro (VS) [ITALY]

SITO WEB: www.centrostudisea.it

c/o **Aipsa edizioni s.r.l.**

Via dei Colombi 31

09126 Cagliari [ITALY]

E-MAIL: aipsa@tiscali.it

SITO WEB: www.aipsa.com

E-MAIL DELLA RIVISTA: ammentu@centrostudisea.it

Sommario

Presentazione	5
Presentation	7
FOCUS	
<i>Aspetti musicologici, antropologici e biografici nella cultura e nella storia dal Medioevo all'Età contemporanea</i>	
A cura di Fabio Manuel Serra	9
– FABIO MANUEL SERRA Introduzione	10
– ANGELA STEFANIA LAMANNA Il canto liturgico medievale, tra segno e significato	11
– MARIO PESCE La devozione vestita. Analisi preliminare della tradizione delle Madonne Vestite e Coronate	24
– FABIO MANUEL SERRA Francesca Scanagatta: la prima donna ufficiale militare tra araldica e storia	32
– NICOLÒ ATZORI Per una antropologia del turismo. Note a margine del <i>Manuale</i> di Rodolphe Christin	50
RECENSIONI	
– PAOLA BASSANI PACTH, FRANCESCO FRANCHIELLA (a cura di) Il volto e lo sguardo di Giorgio Bassani nel ciclo pittorico di Georges de Canino (<i>Fabio Manuel Serra</i>)	64

Per una antropologia del turismo. Note a margine del *Manuale* di Rodolphe Christin

For an anthropology of tourism. Notes on the *Handbook* of Rodolphe Christin

Nicolò ATZORI

Università degli Studi di Sassari

Ricevuto: 27.12.2023

Accettato: 31.12.2023

DOI: 10.19248/ammentu.490

Abstract

Tourist consciousness, which materially corroborates the intentions of over-consumption of space and time, is at a crossroads if we consider the ecological and habitability arrangements of territories, which are increasingly pressing issues. Therefore, the contribution intends to develop some considerations starting from the Handbook of Anti-tourism by sociologist Rodolphe Christin, which I comment on here, according to an anthropological posture, between experiences and analogies with the intention of taking up the gauntlet of the great exegetical challenge thrown down by the author: can we still call ourselves travellers?

Key words

Anthropology, tourism, territory, ecology, living.

Riassunto

La coscienza turistica, che avvalorata materialmente delle intenzioni di sovra-consumo dello spazio e del tempo, è a un bivio se consideriamo gli assetti ecologici e di abitabilità dei territori, questioni sempre più stringenti. Pertanto, il contributo intende sviluppare alcune considerazioni a partire dal *Manuale dell'antiturismo* del sociologo Rodolphe Christin, che qui commento, secondo una postura antropologica, fra esperienze e analogie con l'intenzione di raccogliere il guanto della grande sfida esegetica lanciata dall'autore: possiamo dirci ancora viaggiatori?

Parole chiave

Antropologia, turismo, territorio, ecologia, abitare.

1. Che fine ha fatto il turismo?

Rispetto al regno animale, la superiorità umana può scorgersi in una capacità di dissimulazione pluralmente traducibile. Il concepimento (e la sua stessa fattibilità) di quadri normativi, di cui ci serviamo per programmare, valutare, determinare e apprezzare¹ la qualità "morale" delle nostre azioni, tende ad innescare un meccanismo quasi implicito di auto-protezione, che si occupa di "immunizzarci" mentendo - da *comunicatori planetari* - al nostro inconscio rispetto all'iniquità, nel suo impatto (ecologico e sociale) sul mondo, di ciò che commettiamo o prefiguriamo. O, nel lungo termine pratico, di ciò che progettiamo. La coscienza turistica, che avvalorata materialmente delle intenzioni di sovra-consumo dello spazio e del tempo modernamente distorte e attestate in quanto vantaggi, è una dimensione che gode di questa consapevolezza. Insomma, a dire: l'uomo che pensa l'Antropocene è esso stesso l'Antropocene e la sua infinità di possibilità speculative.

Pertanto, ci si chiede: dov'è arrivato il turismo? Dove si posiziona, oggi, in una scala morale su cui teleologicamente ci basiamo, il bello geo-storico ed emotivo che produce, da cui è prodotto e che dichiaratamente sponsorizza? Rodolphe Christin,

¹ In senso numerico.

sociologo e autore di un *Manuale dell'antiturismo*², ne ha tentata una lettura, indubbiamente composita, che qui commento fra esperienze e similitudini con l'intenzione di raccogliere il guanto della grande sfida esegetica lanciata dall'autore e da me più o meno antropologicamente interpretata: *possiamo dirci ancora viaggiatori?* Forte del suo assetto tentacolare, il turismo sembra - soprattutto agli occhi più attenti (o disinteressati) - il più edulcorato esempio di struttura³ adibita al controllo sociale, quali che siano le conseguenze che implica, soggettivamente positive od oggettivamente negative; queste, d'altronde, trovano terreno fertile nell'asfissiante impianto narrativo messo in atto dallo sviluppo, che Christin - citando Bruno Migliorini⁴ - riconosce come *mot-valise*, ovvero una parola che - riunendone due diverse come, in tal caso, *mot* e *valise* - dà vita ad un neologismo che può contenere tutto, «le buone intenzioni come le cattive» (p. 52 e ss.).

Il turismo, fatto sociale totale, è iscritto da decenni nel dibattito in materia di *surmodernità*⁵, del quale rappresenta un tema su cui la critica appare ancora incerta. A mio avviso, questa timidezza è in larga parte dovuta alla fisiologia stessa del fenomeno, il cui sviluppo solo relativamente di recente, dopo decenni di ebbrezza sviluppatistica, ha consentito a studiosi e profani di avvistare le criticità che serba perché oramai plasticamente declinate in un dinamismo sociale e territoriale dagli esiti tutt'altro che edificanti. In più, va riconosciuto che la capacità pervasiva del turismo, appunto totalizzante, risiede nella sua agency, le cui molteplici ramificazioni danno vita ad un «insieme di attività e di servizi a carattere polivalente che si riferiscono al trasferimento temporaneo di persone dalla località di abituale residenza ad altra località per fini di svago, riposo, cultura, curiosità, cura, sport, ecc. e, soprattutto, ciclicamente, secondo una liturgia codificata e ricorrente a seconda dei momenti dell'anno»⁶. Nel suo racconto di emulazione/manomissione della realtà, prerogativa comunicativa tutta umana, è comprensibile che il turismo non sia oggetto di continui attacchi da parte della politica come anche del mondo scientifico.

In tal senso, il *Manuale* rappresenta una felice eccezione. D'altra parte, è alle discipline socioantropologiche, in cui si inserisce anche chi scrive, che pertiene una postura adatta a scandagliare efficacemente, quando non decostruire, gli immaginari, le retoriche e soprattutto le narrazioni che sembrerebbero incorruttibili. Quella turistica è una di queste, e Christin propone una lettura lucida e precisa dei suoi gangli permeanti che, rendendolo «una realtà tanto oggettiva quanto soggettiva», danno vita ad un fenomeno che «sembra essere scontato, disinvolto e naturale, senza essere messo molto in discussione se non addirittura passando come un elemento di emancipazione del progetto modernista». Progetto è, appunto, un termine appropriato e centrale, in quanto traduce, nel caso turistico, esigenze di capillare e rigoroso controllo delle impressioni e delle aspettative dei fruitori, così indirizzati verso nuovi standard di consumo⁷. Come sottolinea l'autore, infatti, pensare e agire *turisticamente* si è da tempo affrancato da un supposto intento liberatorio originale, di «conquista culturale», per assumere il carattere di un dovere implicito addirittura formalizzato. A ben vedere, infatti, è il tessuto giuridico che, particolarmente in area

² RODOLPHE CHRISTIN, *Manuale dell'antiturismo. Possiamo ancora dirci viaggiatori?*, Bordeaux Edizioni, Roma, 2022.

³ In tal caso, l'ampiezza semantica del termine ne consente un pacifico utilizzo.

⁴ Fra i più autorevoli linguisti italiani del Novecento, Bruno Migliorini è stato presidente dell'Accademia della Crusca dal 1949 al 1963 e nonché socio nazionale dell'Accademia dei Lincei dal 1958.

⁵ Surmodernità Augé.

⁶ <https://www.treccani.it/enciclopedia/turismo> (27/12/2023).

⁷ Non è forse vero che il *management* ha oramai (quasi) sostituito la politica?

europea, catalizza le possibilità di spendere il proprio tempo attraverso precise introduzioni legislative. A titolo di esempio, si considerino la legge francese sulle ferie pagate promulgata dal Front Populaire nel 1936 o, in Italia, l'emanazione della stessa Costituzione, nel 1948, che le introduce. *Ricaricare le batterie*, per ricorrere ad una frequente espressione - a tratti inquietante- del lessico della cultura produttiva italiana, aveva ora un costo anche per il capo.

L'illusione del tempo libero, però, che ora vantava dei confini ufficialmente definiti, non avrebbe mai raggiunto lo status di convalescenza dopolavorativa, trasfigurata a vantaggio di una schematica impalcatura simbolica e gestionale volta sostanzialmente ad escludere il libero arbitrio.

L'unica rigenerazione oggi prevista dal *fare turistico*, infatti, sembra essere quella delle possibilità di consumo economico ed erosione della qualità della vita che promette invece di garantire e tutelare. Viene a rarefarsi, insomma, il fulcro embrionale del fenomeno: quello del turismo come scelta, quella di impiegare in precisi modi il proprio tempo libero. In base al peso che si dà a quest'ultimo, ci si presta o meno al gioco al rialzo del turismo; un braccio di ferro che, nota l'autore, attinge direttamente alla grande narrazione della "democrazia" dei consumi, della cui ossimorica fallacia abbiamo prova ogniqualvolta ci giunga notizia e immagine dell'impatto turistico nella fisionomia e fisiologia dei luoghi e nella preoccupazione, diffusa fra le sue fila, di rendere "scenografie" i territori e "figurante" chi vi abita. Simile forma di catechesi, tesa all'addomesticamento delle realtà locali, insiste unicamente nella messa in valore dello spazio, da cui è esclusa la comunità, sbiadita nel dibattito che la riguarderebbe.

Queste premesse sembrano d'obbligo non solo per cercare di spiegare il lucido tentativo di Christin di smascherare la chimera (non chimera, termine per designare una creatura terrificante) turistica, ma soprattutto per basare su fondamenti di evidenza sociologica ed antropologica qualsiasi attuale riflessione che si preoccupi di valutare, nel bene e nel male, l'impatto del turismo nelle nostre vite.

2. Del viaggio e del diritto di annoiarsi

"La propria destinazione non è mai un luogo, ma un nuovo modo di vedere le cose"
(Henry Miller)

Ho scoperto il turismo nel luglio del 2022, a Taormina: ciò che ho percepito mi porta a confermare l'asserzione di Miller. Sapevo che esistesse, certo, ma non esattamente cosa potesse rappresentare in alcune sue declinazioni. L'ho realizzato, per fortuna, a vantaggio di una esigenza chiarificatrice a partire dalla quale non mi è stato difficile distinguere, nel saggio di Rodolphe Christin, dei lineamenti critici essenziali per ripensare le moderne congiunture turistiche. Come dicevo, Taormina è stata rivelatrice. Di colpo, dopo un breve viaggio in treno fra paesaggi plurimi, nella tollerabile calura siciliana di un tratto territoriale sviluppatosi fra vertiginose alture e coste ingentilite da percorsi "agevolati" e cemento, mi sono ritrovato immerso in un quadro antropico saturo, intriso di bazar, servizi e scenari caleidoscopici, incomprensibile nella sua entropia emozionale e sociale. La struttura insediativa del "centro storico" diventava *nonluogo*, deformata da una logica organizzativa nella quale si fa spazio del consumo e dell'acquisto, sfuggente e frenetico, che il codice del cimelio-simulacro e del nutrimento veloce (dunque pensato per chi non intenda "perdere tempo") diluisce nelle pillole seducenti del selfie e dello street food.

L'intorno incombe sul visitatore-turista, pressurizzato in un'asfissia di soluzioni logistiche e consumistiche che, incalzandolo, lo strappano irrimediabilmente

all'arbitrio della sensazione esperienziale, della scoperta. Questa, ad oggi irrimediabilmente svuotata delle sue implicazioni casuali, immanenti alla fisiologia dell'altrove geografico (e antropologico!) come *locus* per pensarsi in funzione del mondo, appare cristallizzata quale canone lessicale per sancire ciò che l'offerta turistica promette di guadagnare a chi si presti al suo programma rigoroso, che esclude il viaggio quale esperienza e predisposizione verso l'ignoto e l'inaspettato.

Sempre più raramente, infatti, il termine "viaggio" si affaccia nei dibattiti sul turismo, comunque investiti di altre avvolgenti soluzioni verbali. La sua dimensione, insieme fisica e spirituale, manca nel turismo della sua solidità speculativa: tutto è noto della destinazione, e non solo per via dell'imponente apparato grafico-immaginifico⁸ oggi sotteso all'esperienza del viaggiare e che ne fa, anzi, un ancora più pervasivo status symbol, ma per la codificazione formalizzata e istituzionalizzata dei suoi linguaggi e delle sue prassi, che hanno da tempo eroso la struttura spirituale ed emotiva del viaggio «avanzando da uno standard a un altro, da uno sportello a un altro» (p. 51).

L'esperienza del viaggio, originatasi a partire dall'esigenza di colmare un vuoto spesso motivato da gravi contingenze di ordine culturale (anticamente come nel presente), si rivela oggi un contenitore semantico pre e iper-definito che dà appunto vita, nelle pretese turistiche e nelle considerazioni dell'autore, a quello che diventa un *pianeta inscatolato*, nella cui più larga fetta che definiremmo *occidentalizzatasi* condensano, in nome del dogma turistico, seri meccanismi e accadimenti di ordine sociale ed economico. Il paradosso che si prospetta è che simili destinazioni, corrotte e deformate nella loro fisiologia di territori, dica più sull'importanza di viaggiare rispetto al viaggio stesso.

Per dirla con Christin, il turista, «quest'altro sé stesso che il viaggiatore vorrebbe dimenticare per un attimo, il turista dunque, che gli si para davanti ovunque vada, rappresenta la rovina del suo viaggio, l'annientamento della sua scoperta» (p. 39).

Per tentare una lettura critica dell'idea di viaggio e delle sue implicazioni, insomma, bisogna anzitutto chiarire cosa esso non rappresenti: un fatto eminentemente fisico. Viaggiare costituisce infatti una contingenza individuale e mentale, prima che collettiva e materiale, ovvero rigenerante o logorante come accettato dall'immaginario occidentale moderno. Se esso diventa normalità nella memoria collettiva è proprio per la sua capacità di implicare altro oltre la dimensione materiale e corporea. La sua binomia è, a ben vedere, giustificata: si tratta della pratica umana in assoluto più in grado di incrinare, revisionare e capovolgere gli orizzonti di senso definiti e le consuetudini personali e culturali, soggiogando il concetto più permeante che l'omnizzazione ci consenta di pensare: lo spazio, l'al di là di noi stessi⁹.

Come si vede, ho già avuto modo di occuparmi del concetto di viaggio per un articolo comparso, qualche tempo fa, nella rivista *Dialoghi Mediterranei*. In quel caso, le mie considerazioni, gravitanti fra geografia e antropologia, si sviluppavano a partire dalla lettura di *About the journey. Stasis, chiasmus and interruptions A geography essay* (Firenze 2022), del geografo Giovanni Messina, il cui contenuto si può così riassumere:

Nel suo *About the journey. Stasis, chiasmus and interruptions* (di Giovanni Messina, ndr), il viaggio diviene un "dispositivo tripartito" (tripartite system) che si fonda su un

⁸ Ci torneremo nel paragrafo successivo.

⁹ <https://www.istitutoeuroarabo.it/DM/del-viaggio-sentimento-pratico-uno-sguardo-fra-geografia-e-antropologia/> (27/12/2023).

processo scandito da tre momenti conoscitivi: quello dell'origine o della stasi, del pensare e concepire l'esperienza del viaggio, che con la sua carica di attesa e vigile predisposizione prelude all'attivazione fisica vera e propria; quello dell'innesco o del cominciamento, fase che attiva il viaggio nella sua materialità 3/10 sensoriale di connessione dell'uomo ai luoghi, che ri-significa; infine, in sua funzione, quello dell'esperienza, ovvero della produzione semantica, volta a tradurre il fatto empirico in elemento del vissuto, «della e nella memoria» (ivi).

La struttura chiastica del viaggio qui descritta, abitata dall'uomo nelle sue inclinazioni conoscitive fino almeno a cinquant'anni fa, risulta irrimediabilmente compromessa quando si intenda affidarsi al modello turistico per "garantire" (anche giuridicamente) i propri viaggi, di cui pacchetti e agenzie millantano le dorate implicazioni. «Piaceri simulati» e «godimenti programmati» sconfigurano una paura del vuoto - temporale e fisico - da riempire, nota Christin, con attività che hanno un costo e un prezzo e secondo un atteggiamento volto all'accumulo geo-emozionale come status identificativo dell'individuo inserito nel mondo:

Si parte meno a lungo ma più spesso e se possibile approfittando di un buon affare. A volte si conosce appena la destinazione a tal punto si è dovuto fare in fretta per usufruire dell'offerta. Il relax è più importante della scoperta, il servizio proposto arriva perfino a sostituire il fascino della destinazione. (p. 41)

Il turismo, insomma, ha quale precipua speranza della sua progettualità il totale annullamento dell'imprevisto, che cerca in ogni modo di scongiurare con la predisposizione funzionale e strumentale, palmo a palmo, dei territori interessati dalla sua ottica, in alcuni contesti balneari oggetto di vera e propria militarizzazione coatta¹⁰ per il disciplinamento degli accessi.

Le prerogative di governo dell'imprevisto si traducono nello spazio turistico in senso socio-professionale (e particolarmente secondo forme di economia sommersa) e ovviamente urbanistico-infrastrutturale¹¹. Una febbre contenutistica pervade gli spazi del turismo "ufficiale"¹², dove l'*horror vacui*, come a Taormina, troneggia con il riempimento estetico, urbanistico, sonoro e olfattivo, celebrato dal visitatore-utente che immortala in mille modi la trasfigurazione o enfaticizzazione semiotica del luogo. Questa, generalmente, agisce nella direzione di una iper-comunicabilità dei siti di interesse, circondati di pannelli esplicativi et similia, che troneggiano nel dettato insediativo per concentrare compulsivamente, nei loro perimetri, curiosi e avventori paganti.

Non sarà banale, in tal senso, rilevare come il turismo, se non ne abbia determinata la scomparsa, quantomeno lavori alacremente per escludere il viaggio dalle nostre coscienze di *mondofagi*¹³ occidentali per celebrare, sistemandole come spazi di vita

¹⁰ <https://www.diritto.it/i-diritti-dei-bagnanti-spiagge-libere-e-diritto-di-accesso-al-mare/> (27/12/2023).

¹¹ https://www.lastampa.it/imperia-sanremo/2022/11/16/news/spiagge_off_limits_nasce_il_comitato_accesso_alla_battigia-12242254/ (27/12/2023).

¹² Potremmo forse definire "ufficiale" quel genere di turismo dalle forme più note, ovvero quelle commerciali delle realtà urbane o di quelle balneari con maggiore appeal.

¹³ *Mondofagia* è uno dei termini più impattanti che si possano incontrare nell'opera di Rodolphe Christin.

attiva e soprattutto vissuta, quelle *eterotopie*¹⁴ che avremmo concepito come limiti culturali e addirittura morali dell'abitabilità; del radicamento nei luoghi.

Al viaggio concepito come vicenda totalizzante e generalmente anelata, nel bene e nel male, nello spartito della vita, è seguita una sua codificazione settoriale, che ha ottenuto di dividerlo in frangenti mercificati in ogni suo aspetto. Viaggio e consumo oggi si compenetrano, e se il primo si serve del secondo (anche per sfuggirgli), questo ne fa un modello economico. Il collante è il turismo, costantemente preoccupato, mediante un'accorta estetica geostorica, di edulcorare visioni altrimenti improbe nell'immaginario colto moderno.

Mediante il viaggio, il consumo non è mai stato così variopinto e accattivante, ma soprattutto mascherato e sfuggente. La mobilità continua obnubila il turista, che riceve il momento dell'acquisto non più in funzione del crisma della convenienza economica o della dotazione funzionale, ma secondo la riprova simulacrale del compimento del viaggio, status symbol, comprovato dall'oggetto unico ed irripetibile magari venduto dal pittoresco negozietto locale di cianfrusaglie sorto laddove, un tempo, era un luogo di culto pagano, l'ingresso di una catacomba o una chiesa bizantina.

Occorre, però, fare chiarezza. Saremmo certo in errore se condannassimo aprioristicamente il turismo propugnando una sua "estinzione" o una sua automatica esclusione, in funzione politica, dalle meccaniche dell'esistenza occidentale; né avrebbe senso caldeggiarne l'estirpamento in sistemi geografici "rivitalizzati", in certo modo, dalla sua presenza. Ha senso, invece, comprendere che quanto definiamo turismo assuma una pluralità di declinazioni territoriali volte, prima di tutto, alla cristallizzazione di spazi di vita storicizzati, culturalmente elaborati ed eterogenei, che unicamente subiscono l'impiego dell'agency turistica disattendendo norme di vita atte ad un uso sostenibile del palinsesto antropico. Sfondo e retroterra culturale di ciò che chiamiamo turismo, insomma, il viaggio ha finito per divenirne il grimaldello di sistemi di produzione ben più invasivi e dannosi, localmente, a dispetto dei ricchi emolumenti che dovrebbero derivarne. Prassi che, nelle stesse pagine di Christin, hanno spogliato il viaggio delle vesti del diritto per bardarlo con quelle del *dovere delle vacanze*.

3. Il turismo delle immagini, il turismo nelle immagini

Simile forma di arbitrarietà ha a che fare, particolarmente nel caso turistico, con la moderna dittatura dell'immagine.

In ottemperanza all'espressione stessa, *Immaginare*¹⁵ un qualcosa consiste nell'operarne una auto-rappresentazione a partire, certo, da individuali attese e convinzioni generatesi all'interno di un immaginario collettivo del quale risultiamo esito e variabile culturale. Rispetto a questo tema, risultano interessanti, sicuramente nella loro carica suggestiva, le considerazioni sul rapporto tra spazio e felicità¹⁶ del compianto Marc Augé, scomparso nel luglio del 2023. Il grande antropologo francese,

¹⁴ Il termine *eterotopie*, impiegato per la prima volta da Michel Foucault, designa «quei luoghi reali, riscontrabili in ogni cultura di ogni tempo, strutturati come spazi definiti, ma «*assolutamente* differenti» da tutti gli altri spazi sociali, dove questi ultimi vengono «al contempo rappresentati, contestati, rovesciati». La funzione di questi spazi speciali, vere e proprie «utopie situate» in relazione a tutti gli altri spazi, è quella di compensarli, neutralizzarli o purificarli. Sono considerati esempi di e. la prigione, il giardino, il cimitero, il museo, il manicomio, il cinema, la nave».

¹⁵ Mi permetto di avanzare l'uso del termine nel senso di "rendere immagine", producendone una rappresentazione statica e finalizzata alla diffusione.

¹⁶ Piccole felicità.

teorico del *nonluogo*, nota come, negli stereotipi pubblicitari più diffusi, la felicità abbia anche una forma, ovvero «quella della casetta destinata a ospitare una felicità intima e segreta», in ossequio a ideali di amore, amicizia e sobrietà che nel senso comune risultano possibili, generalmente, in condizioni di rigorosa sedentarietà. Da qui, la deduzione di un rapporto inossidabile fra spazio e quanto chiamiamo felicità, discorso in cui iscrive la distinzione tra luogo e *nonluogo*, non aprioristicamente e per definizione portatori - come ammonisce - di diverse concezioni e condizioni di felicità¹⁷. A tal proposito, catalizzatore moderno degli ideali di “felicità” e “bontà” attribuibili ai luoghi (pre)scelti per inscenare il migliore e più amorevole dei mondi possibili è la fotografia, in cui Augé riconosce un altro cliché della felicità per via della sua capacità di organizzare lo spazio secondo una geografia della memoria dove momenti, oggetti e, appunto, luoghi vengono fissati ad imperitura memoria, moniti per il cercatore dell’*ameno* e del bucolico quando non dell’irripetibile esperienziale¹⁸. Produttrice di frangenti geografici e relazionali, la fotografia rende lo spazio, uno spazio, immagine ricorrente e palese, che negli ambienti di circolazione, consumo e comunicazione contemporanei ottiene di liofilizzare il senso del luogo disponendolo alla reificazione fordista del turismo aggressivo. Il turismo è delle immagini, il turismo è nelle immagini. In questa direzione, un significativo contributo in materia di media digitali ed esperienza del luogo proviene da Lorenza Parisi, che nel suo *Where 2.0*¹⁹ tenta un’analisi del rapporto tra il bombardamento grafico di natura geografico-locale cui siamo sottoposti ed il mutamento delle forme di percezione e rappresentazione dello spazio e, al suo interno, delle relazioni sociali che lo investono di significato. Pierre Lévy, ad esempio, uno dei pionieri nello studio delle ricadute antropologiche del cyberspazio, ha mostrato per tempo - in un volume del 1994²⁰ - che nelle tecnologie digitali si origina una nuova forma di semiotica in grado di liberare lo “spazio del sapere” dai vincoli territoriali e dalle logiche mercantili. Lo schema all’interno del quale pensiamo le nostre scelte turistiche, infatti, assume i contorni di quella che potremmo definire come vera e propria dittatura visiva, un Panopticon grafico nel quale le coscienze individuali si aggirano fra trilioni di contenuti audiovisivi che sollecitano alla singolarità, all’esperienza “irripetibile” (invece cosiddetta perché, dovendo sedurre il vasto pubblico, replicabile all’infinito) e alla particolare forma di consumo nel dato spazio, che diventa un simulacro-immagine dell’ecosistema digitale. Globalizzati e localizzati, per riprendere Parisi, ci facciamo strada, particolarmente attraverso i social network, fra contenuti e foto che, riferiti alle geografie dell’umano, delineano quella compressione spazio-temporale che McLuhan attribuisce al mondo moderno evoluto in *villaggio globale*, fortunata metafora per spiegare l’impatto dei mezzi di comunicazione sulla realtà sociale, ri-

¹⁷ «Da quando ho proposto la distinzione tra luogo e non-luogo, un’interpretazione affrettata ha talvolta presentato il luogo come la quintessenza della perfezione sociale e il non-luogo come la negazione dell’identità individuale e collettiva. Le cose sono però meno nette e più complesse. Ricordo ancora una volta la mia definizione di luogo: uno spazio su cui è possibile decifrare le relazioni sociali (che, letteralmente, vi si inscrivono), i simboli che uniscono gli individui e la storia che condividono. In un non-luogo questa lettura non è possibile. Ma da ciò non consegue che il luogo sia per definizione uno spazio di felicità. Soltanto gli individui possono giudicare se sono felici o meno e la perfezione delle relazioni sociali sarebbe chiaramente un limite all’iniziativa dei singoli».

¹⁸ Fra i cui più formidabili cantori Christin colloca lo scrittore Stendhal.

¹⁹ L. PARISI, *Where 2.0. Media digitali ed esperienza del luogo*, Edizioni Angelo Guerini, Milano, 2018.

²⁰ PIERRE LÉVY, *L’Intelligence collective. Pour une anthropologie du cyberspace*, La Découverte, Paris, trad. it. di D. Feroldi e M. Colò, *L’intelligenza collettiva. Per una antropologia del cyberspazio*, Feltrinelli, Milano 2002.

codificata in funzione del restringimento cibernetico delle distanze spaziali e relazionali.

L'incognita di un altrove geografico, che sembra definitivamente scomparire nell'immagine e nella sua aggressiva diffusione, paradossalmente ed evidentemente risulta talvolta riaffermata con la promessa di un incontaminato e simbiotico contesto di relax e "rigenerazione al riparo da sguardi indiscreti" o dal caos delle città, teatri dell'usura lavorativa che il turismo assicura di lenire e addirittura risolvere. La realtà è ben diversa, e la "marginalità" promessa si traduce in una semiotica del luogo dove «il turista, che abbia un elevato potere d'acquisto o che viaggi zaino in spalla e relativamente squattrinato, avanza in un territorio che è per lo più contrassegnato, e si muove di offerta in offerta seguendo una segnaletica più o meno efficace, che sia quella che scopre in loco o quella che la sua guida di viaggio gli anticipa.» (p. 51).

Per tentare una spiegazione del perché il turismo abbia vinto la sua battaglia con la sostenibilità delle meccaniche territoriali di lungo corso, prendendosi il mondo²¹, non possiamo dunque tralasciare la potenza pervasiva delle immagini cangianti di cui si serve per le sue rappresentazioni del mondo. La semiotica digitale fornisce delle indicazioni sconcertanti ed importanti in chiave geografica: Lorenza Parisi sostiene che l'esperienza del luogo sia ri-mediata²² secondo un duplice processo che coinvolge i media digitali: essi «danno vita a nuovi spazi sociali dell'interazione a cavallo tra la dimensione online e quella offline e, al contempo, forniscono accesso, codificano e rappresentano un'esperienza del luogo che va oltre l'esperienza in presenza».

Prescindendo dal concretamento eventuale di simile postura, dunque, esiste l'esperienza del luogo? Non come si crede, visto che la sua modellizzazione e "facilitazione" prevede una alterazione dello stesso spazio dell'esperienza, prefigurando dei lineamenti che, per una antropologia dell'altrove, sono senz'altro percorribili. Simile *homo novus* che si realizzerebbe attraverso l'*eterotopia*, insomma, chiarisce facilmente il rapporto tra fruizione fisica e fruizione *mediata*: lo spazio del regime digitale è virtuale, certo, ma incontra necessariamente una materialità sociale. L'uomo consumatore, ad esempio, *mondofago* nel lessico di Rodolphe Christin, nutre e approvvigiona sé stesso negli spazi altri. Ordina i cibi e i prodotti *online*; incontra i suoi simili *online*; prende parte a riunioni *online*; compie addirittura dei "tour virtuali". Insomma, figuriamoci...

Dovremmo chiederci, piuttosto, dove e come possa situarsi il turismo nell'indistinto e caotico marasma che l'ecosistema digital-mediale determina. A mio parere, anche in questo caso, l'esigenza di trasfigurare il luogo, connotandolo in chiave tesaurizzante, anticipa la volontà di renderlo fruibile sostenibilmente e abitarlo, escludendo così il bisogno di viverlo. Tutto, *online*, sembra annoverabile nel bagaglio della vanità individuale, della chiave identitaria esteticamente *mediata*; come anche la versione sintetica del viaggio su cui ci si sofferma.

²¹ Va ribadito che il turismo non sia altro rispetto al mondo, ma sia NEL mondo, e che dunque qualsiasi posizione atta ad escluderlo qualitativamente sia insufficiente ed emotiva.

²² Urge, a tal punto, chiarire due aspetti. Per prima cosa, che l'"esperienza del luogo" sia un concetto a lungo indagato dalle scienze sociali e che riferisce di «sensazioni (feelings) legate a un luogo specifico prodotte da una diretta esperienza spaziale o legate all'immaginario individuale e collettivo»; in secondo luogo, che per ri-mediazione si intenda il «processo attraverso il quale il contenuto di ogni medium fa riferimento all'universo simbolico di un altro medium, rielaborandone le forme della rappresentazione proposta» (Parisi 2018, p. 8).

4. Quale antropologia per il turismo? Una risposta dai musei locali

Se e poiché il senso del viaggio va opacizzandosi nelle moderne narrazioni turistiche, risulta un formidabile interruttore di significati per l'antropologia sia classica che "recente", e individua un *trait d'union* fra questioni metodologiche, epistemologiche e, in senso ampio, deontologiche, ad esempio in riferimento alla distanza fra gli antropologi "da campo" e quelli "da tavolino", questione non certo recente e che rimandiamo al già ottocentesco divario tra il ruolo del "raccolgitori di fatti" e quello del teorico comparativista. Potremmo dire, infatti, oltre al fatto che tutti disporrebbero di materiale etnografico per delle considerazioni antropologiche, che il viaggio rappresenti per l'antropologo l'avvio stesso della disciplina come anche la misura - quasi immanente - per pensare i suoi strumenti già in quella grande stagione di prime peregrinazioni alla ricerca dell'Altro che dobbiamo a figure come E. Tylor (1832-1917), sir J. Frazer (1854-1942), Franz Boas (1858-1942) e, nella generazione successiva, Kroeber, Malinowski e poi Margaret Mead e Claude Lévi-Strauss (1908-2009), che scriverà:

«La fine di una civiltà, il principio di un'altra, il nostro mondo che all'improvviso scopriva di esser diventato troppo piccolo per gli uomini che lo abitano, tutte queste verità mi sono state rese più evidenti, non tanto dalle cifre, dalle statistiche o dalle rivoluzioni, quanto dalla risposta avuta al telefono, qualche settimana fa, mentre accarezzavo l'idea - 15 anni dopo quei primi viaggi - di ritrovare la mia giovinezza visitando nuovamente il Brasile: in ogni caso, mi dissero, avrei dovuto prenotare il posto quattro mesi prima!»²³.

Parole, queste, che sembrano gettare una prima ombra sulla possibilità umana di abitare gli spazi della Terra, oggi radicalmente ridottasi nelle distanze tra i luoghi e per questo sottoposta a carichi di consumo ambientale sempre maggiori. La *mondofagia* dell'uomo moderno, turisticamente declinata, fisica e virtuale, è però ad una svolta: impossibile negare come una seria critica del turismo si inserisca a pieno titolo nel dibattito in materia ecologica, che ultimamente infiamma i palcoscenici dei media e paventa i più catastrofici scenari. Qui, negli interstizi relazionali, personali, dei processi di consumo ed erosione di risorse socio-ambientali, il ruolo dell'antropologo risulta determinante nella messa in luce delle dinamiche societarie che nel turismo si inscrivono coinvolgendo direttamente la struttura dei territori sul duplice binario diacronico e sincronico. Una postura socio-antropologica, insomma, diventa necessaria e forse salvifica se riferita al concerto di meccanismi, sollecitazioni e prerogative che il vaso di Pandora turistico serba nel suo fitto protocollo. Così si esprime l'antropologo Antonio Miguel Nogués-Pedregal:

«Tuttavia, in questi quasi ottanta anni di studi sulla presenza di turisti in tanti luoghi del pianeta, abbiamo imparato che quello che chiamiamo "turismo" non è altro che un complesso ordito di processi socio-economici che vanno dalla costruzione immaginaria delle destinazioni come luoghi di svago e divertimento, fino alle pratiche di stabilimento neocoloniale dell'industria turistica, passando attraverso la trasformazione delle forme proprietarie dei suoli e delle risorse locali, il mutamento radicale dei territori, della stratificazione sociale, del mercato e delle modalità del lavoro, o della distribuzione del reddito. Un ordito complesso che è, contemporaneamente, un campo dove si scambiano diversi tipi di capitali, se ne altera la composizione, la distribuzione ed il volume, ma che è anche un'arena politicoeconomica dove si confrontano gruppi di potere, fazioni, partiti e interessi

²³ C. LÉVI-STRAUSS, *Tristi Tropici*, Il Saggiatore, Milano, 1960, p. 19.

contrapposti. Un insieme complesso con molte sfaccettature e dinamiche diverse al quale, per comodità e anche per la fortissima influenza di altre scienze sociali, continuiamo a rivolgerci e che continuiamo a trattare come se fosse un solo fenomeno: il turismo»²⁴.

Non sembra audace registrare, in queste parole, sensibili affinità col concetto di *mot-valise* sviluppato nell'opera di Rodolphe Christin e già incontrato in questo contributo a proposito dello sviluppo. D'altro canto, sulla scia di una analisi del ruolo dell'antropologia rispetto al turismo, Nogués-Pedregal osserva ancora come «la mancanza di collaborazione tra [...] realizzazioni sia pubbliche che private e gli scienziati sociali [...] non può attribuirsi esclusivamente all'imprudenza dei promotori», e che, pertanto, non banale si sia rivelato e si riveli «il disinteresse di molti accademici, avvolti da una malcompresa veste intellettuale, nei confronti di tutto ciò che è in relazione con il turismo», leggerezza che avrebbe condotto a bollare come «pseudo-realtà, invasore o inautentico» tutto ciò che ha a che fare con le dinamiche turistiche. Una prospettiva evidentemente insufficiente e che, anzi, ottiene di rivelarsi controproducente, sottostimando così fatti e meccanismi che oramai, a certe latitudini, non sono banalmente penetrati nel cuore degli organismi territoriali, ma anzi contribuiscono a forgiarli e dirigerne stabilmente la progettualità politica, la struttura ontologica. Vi risultano, se vogliamo, *incorporati*. Quanto chiamiamo turismo, infatti, non si configura come “impianto” funzionale *altro* rispetto ai contesti della messa in opera della sua *agency*²⁵, ma è parte (!) degli stessi, che alla luce delle sue possibilità organizzano le proprie geografie. Non si tratta di una impalcatura intercambiabile calata dall'alto e arbitrariamente allestita in realtà altrimenti rispondenti a degli Eden incontattati e armonici, ma, allo stato attuale, sebbene spesso frutto di decisioni eterodirette (come si vedrà a breve), di una sequenza di fatti eminentemente politici e giocati su interventi di distribuzione di ricchezza e interessi a cui non sono certo estranee le comunità locali; “ospitanti”, per certa approssimazione. Alla luce di quanto espresso, sembra evidente come posizionarsi in modo efficace rispetto a temi e problemi del turismo rappresenti prima di tutto un problema di scala. La fenomenologia turistica, infatti, è prima di tutto strettamente connessa alle prerogative di quelli che chiamiamo luoghi e quindi alla loro cornice socioambientale, inserita nella multiformità di territori di riferimento tali in quanto, prima di tutto, circoscrizioni amministrative limitate e, tendenzialmente, geomorfologicamente omogenee. L'azione dell'antropologia, pertanto, deve tendere soprattutto al restituire voce, se non alla polifonia pre-turistica di questi luoghi, alle possibilità di vita (micro-economiche e di scambio sociale) intergenerazionale di spazi che, nell'aggressiva ritualità turistica, perdono l'appeal di luoghi abitabili per affermarsi come spazi di transizione altri in primis per i pochi autoctoni rimasti, molto spesso impiegati (anche in contesti interamente familiari) nella messa in atto delle attrazioni attraverso la predisposizione dei servizi logistici e usufrutto del bene geo-

²⁴ A.M. NOGUÉS-PEDREGAL, *Tre momenti epistemologici nella relazione antropologia e turismo*, in Clara Cipolliari (a cura di), *Scenari turistici*, pp 91-105. Centro d'Informazione e Stampa Universitaria - CISU, Roma, 2009, p. 4.

²⁵ Secondo Antonio Miguel Nogués-Pedregal, una certa prospettiva antropologica avrebbe inteso il turismo «come un agente esterno che si introduce nel territorio quasi senza essere invitato. Questa impostazione ha fatto sì che l'attenzione delle ricerche di campo fosse indirizzata allo studio dell'impatto e delle trasformazioni che si verificano sul piano socio-culturale». In tal modo, avrebbe latitato un approccio seriamente profondo ai meccanismi ed all'applicazione che di essi il turismo perfeziona all'interno dei territori (p. 3, *ivi*).

architettonico. L'indagine profonda di simili vicende, da realizzarsi secondo quella *osservazione partecipante* in grado di restituirne la densità, si presenta come urgente alla luce dello statuto, degli statuti ad orientamento turistico che informano e permeano gli spazi che abitiamo e che sempre meno ri-conosciamo, essendosi «perso troppo tempo a cercare una valutazione, buona o cattiva, del turismo sforzandosi, come molti hanno fatto, di intendere se le pratiche turistiche preservassero o compromettessero ciò che toccavano, senza però mai raggiungere nessuna conclusione definitiva».

A proposito di una rinnovata attenzione antropologica ai territori, mi sembrano dunque meritare una particolare menzione i musei locali, specificamente etnografici, che, sebbene spesso unici contesti ufficialmente a statuto “turistico” presenti, risultano interessati da ben più articolate e complesse forme di fruizione e produzione simbolica. Devo qui registrare che, sui musei, la mia posizione sia certamente meno pessimista di quella di Christin, che si sofferma sulle pratiche di museificazione osservate quali esercizi volti ad “appiattare” o “brutalizzare” (ndr) l’ottica della salvaguardia del patrimonio materiale riducendola ad una deterministica “manipolazione” della realtà ottenuta mediante la raccolta di cose che, «inserite in un passato idealizzato, non hanno altra funzione che quella turistica» (p. 119 e ss.). A mio avviso, solo una parte dei musei si iscrive in questa forma di «esotismo temporale», pure plasticamente rilevabile, mentre quelli che chiamiamo musei etnografici, particolarmente tesi a documentare l’organicità e la varietà pratico-materiale di fatti culturali (tendenzialmente abbastanza recenti e ancora dinamici) dei contesti a cui si riferiscono, possono ancora giocare un ruolo centrale in una progettualità finalizzata a criticare l’evangelizzazione turistica.

D'altra parte, è a partire dagli anni Ottanta del Novecento che il museo comincia ad essere osservato e percepito come «uno speciale spazio di iscrizione e di interazione di culture, di relazioni sociali, di storie umane e istituzionali»²⁶, sebbene venga da chiedersi - e ha ragione l'autore a dubitarne - quanto si sia progredito nell'avanzamento concreto di questo principio.

In tal senso, Pietro Clemente nota come la lente antropologica possa rivelarsi la più dotata per riconoscere nei cosmi sociali cui fanno capo i musei «famiglie, adulti, bambini, il cui *cursus honorum* museale si lega alla vita di tutti i giorni [...] perché il pubblico, se lo si vede dal punto di vista delle storie di vita, dei curricoli culturali, siamo proprio noi nella nostra faccia rivolta al futuro (il museo è l'esperienza nuova che il visitatore sta per fare)»²⁷.

Un'attenta ermeneutica museale, insomma, implicitamente qualifica le realtà museali cosiddette etnografiche, che serbano un sovrappiù semantico, rispetto ai musei classici, di indiscutibile valenza: quello di essere portatori di una continuità di saperi e prassi ancora efficaci, applicabili, ripetibili, tramandabili e sostenibili, *vitali* in quanto saldamente ancorati a modi di vita e produzione che non paiono certo tramontati o irrimediabilmente perire sotto i colpi delle idealizzanti e immobilistiche costrizioni di ordine turistico o, più generalmente, ipertecnologico, come da recitativo moderno. Svincolarsi dalla fissità di questi spazi per abbracciarne un impiego formativo, ri-educativo e specificamente scolastico, ad esempio, mi sembra una postura congrua per ipotizzare un futuro nel quale il dato patrimoniale sia esperito con coscienza da chi *abita* concretamente i territori disponendo, dal di dentro, della loro

²⁶ V. LATTANZI, *Musei e antropologia. Storia, esperienze, prospettive*, Carocci 2021, p. 13.

²⁷ P. CLEMENTE, *Antropologi fra museo e patrimonio* in «Il patrimonio culturale», *Antropologia*, n° 7/2006, pp. 155-171.

semiotica e delle loro risorse umane; per meglio inquadrare e circoscrivere, allo stesso tempo, il ruolo delle scienze sociali e dell'antropologia culturale, disciplina non certo estranea all'ambito didattico e spesso avamposto di sedicenti esperti o professionisti d'altro approdativi, per caso, da mondi epistemologicamente differenti e i cui metodi risultano intraducibili - e, peggio, deleteri - nei linguaggi della ricerca, dell'insegnamento o dello sviluppo locale ma che si rivelano assolutamente pertinenti secondo una visione merceologica di orientamento, appunto, esclusivamente turistico.

5. Uno sguardo sul “caso” Sardegna

Le questioni epistemologiche e l'abitabilità dei territori risultano faccende ancora più spinose se riferite se alla Sardegna, sorniona nel cuore del Mediterraneo occidentale a dispetto della “sua” vitalità mediatica²⁸. Se la vulgata paneuropea e per certi versi mondiale annovera l'isola fra le regioni con più *appeal* dal punto di vista turistico, infatti, la realtà restituisce l'immagine di una terra frastornata dalla veemenza di un turismo che suole, con una voce alloctona, presentarsi come necessità. È con l'inizio degli anni Sessanta, galeotti i primi grandi interventi sull'estremo nord-est dell'isola, che la Sardegna scopre la grammatica dell'invasione turistica, fin da subito tesa a produrre *spazi del benessere* a cui destinare la capacità economica degli straricchi di tutto il mondo, instancabili cercatori di relax e trasgressione. Nel marzo 1962, dunque, si assiste alla nascita, per iniziativa del principe Karim Aga Khan IV, imam dei musulmani Ismailiti Nizariti, del *Consorzio Costa Smeralda*, pensato per abbracciare l'irregolare tratto di costa gallurese che racchiude alcune tra le più suggestive spiagge isolate. L'esclusivo “modello Costa Smeralda”, che non tarda ad imporsi come dominante nel processo (anche descrittivo) di esotizzazione della Sardegna, non è certo esemplare del trend dell'intero territorio sardo, e sancisce invero, fin dappprincipio, una vera e propria mitosi geografica: la Costa si trasforma ben presto in un'isola nell'isola, distante dai ritmi generalmente rurali e dalle criticità socioeconomiche che i decenni post-bellici fanno registrare, solo apparentemente lenite dal Piano di Rinascita approvato in Parlamento nel 1962.

Allo stato attuale delle cose, sebbene moderatamente, la Sardegna tutta si è certo confrontata, almeno nominalmente e a diversi livelli, coi dettami turistici. Qui, quella *turistificazione* della società citata da Christin, ovvero lo straripamento del fenomeno turistico dal suo alveo e l'insinuazione «nell'atteggiamento del cittadino dell'ipermodernità con una specie di capillarità sociologica» (p. 113), tende ad assumere sempre più spesso le vesti di sindaci e decisori pubblici locali che si adoperano per sciorinare, con quanta più regolarità e frequenza, davanti alle telecamere, un lessico romantico-burocratese atto principalmente a chiarire, seppure a tratti inconsciamente, un rapporto di forza - in tal caso di subalternità - rispetto al turista da accogliere, al quale si illustrano mirabili scenari di rigenerazione e fecondità esperienziale. La *brandizzazione* dei territori - ovvero la loro scomposizione in oggetti culturali ri-nominati e pluralmente declinati in chiave comunicativa e precisamente digitale - sviluppa liturgie a eminente carattere commerciale, e i più reconditi, interni e modesti (numericamente) centri abitati aprono le loro porte, una volta all'anno e per pochi giorni, a quanti si aspettino di trovarvi quella “unicità” o “genuinità” della tradizione, delle tradizioni, millantata a più latitudini. I luoghi si fanno *nonluoghi* e, non raramente, veri e propri centri commerciali; le persone, vestite e imbellettate sempre “secondo la tradizione”, si danno all'esibizione in *tableau vivant* spacciati per

²⁸ Soprattutto negli ultimi tempi, dove la traduzione immaginifica del *brand*, a dispetto delle condizioni applicative, è regolarmente in cima all'agenda politica.

folklore o normalità di un passato più o meno recente che si intende far rivivere o ribadire in quanto pratica da preservare. A proposito di simili casi di “neo-colonialismo dello spazio di qualità”, per riprendere un’espressione di Mario Gaviria²⁹, Nogués-Pedregal parla ancora di *tecnotropismo*³⁰. ovvero di un processo nel quale l’azione in senso turistico degli operatori (semplici abitanti o decisori pubblici) si sviluppa «in funzione di elementi puramente tecnici della gestione che provoca dispersione delle persone e dell’amministrazione degli oggetti» (op. cit., p. 2). Nello stilare le loro programmazioni turistiche, tante piccole comunità cominciano a sposare il codice linguistico dell’amministrazione centrale, che parla di esigenze narrative, di raccontare ed “esportare il brand”, incuranti delle possibilità di mantenimento degli equilibri sociali e quindi spaziali; peggio ancora, auto-declassandosi alla posizione di meri esecutori della grammatica del consumo turistico. Un plastico risolto, ad esempio, si rivelano le ricerche statistiche sul “gradimento del turista”, il cui benessere si antepone a quello dell’abitante, cui si chiede di accettare che il suo spazio di vita, sempre più a carattere meramente transitorio perché demograficamente debilitato, si riduca a *spazio vacanza* (o pernottamento) e, tutt’al più, a casa estiva per gli emigrati che scelgono di tornare appena una volta all’anno, ormai stabilmente sradicati, o, addirittura, fatale ospizio a causa di un impietoso tasso di natalità. In Sardegna, insomma, si abita, soprattutto da un punto di vista intergenerazionale, con sempre maggiore difficoltà, e mentre la politica locale dovrebbe preoccuparsi di predisporre degli argini per contrastare simili desolanti tendenze, la si osserva concentrarsi sull’enfaticizzazione delle stesse. In tal senso, quell’austera mitezza, nei paesaggi silenti e nell’assenza di fermento, che si addice alla Sardegna nell’immaginario spiccatamente italiano (soprattutto per quanto riguarda una supposta “indole” del sardo) e che oggi può tragicamente collegarsi al citato svuotamento sociale dei contesti locali e rurali, fa presto ad ingenerare forme di “turismo lento” (*slow tourism*), pensato perché i paganti possano godere di oasi di pace e itinerari campestri agevoli e ritempranti, pacchetti di realtà simulata al riparo dalle seccature indigene. Liberatasi dalla dittatura del turismo balneare, la Sardegna potrebbe apprestarsi a vivere una nuova quotidianità.

6. Per concludere

Un libro non cessa di esistere dopo la sua lettura; anzi, è allora che comincia a respirare: vive e rivive, arricchendo e arricchendosi di sfumature grazie a chi ne riceve e traduce semanticamente le sensazioni. Quello di Rodolphe Christin, nella cruda ma elaborata prosa dà conto di uno sforzo intellettuale di prim’ordine perché mirato, strutturato e avulso da ipocriti temperamenti; che, quantunque preciso ed esauriente, trova compimento solo se verrà raccolto in quanto auspicio concreto per il futuro delle scienze sociali e del mondo che abitiamo: sfidare, con la forza del metodo e di approcci efficacemente olistici, l’impermeabilità critica di ciò che diamo per scontato e incorruttibile. Il turismo è proprio uno di questi monoliti inscalfibili su cui, nel presente, tanti aspetti culturali sembrano chiedere una maggiore vigilanza. D’altra parte e per quanto mi riguarda, non si serve forse l’antropologia per nutrirsi di un qualche senso del mondo, riconoscendo come il nostro non sia l’unico di quelli possibili?

²⁹ M. GAVIRIA, *España a go-go : Turismo charter y neocolonialismo del espacio*, Ediciones Turner, 1974, cit. in Nogués-Pedregal anno.

³⁰ Nogués-Pedregal 2009.