

IL VIAGGIO TRA REALTÀ GEOGRAFICHE, COSTRUZIONI DI IMMAGINARI, NARRAZIONI E CONSUMO

DINO GAVINELLI
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

Abstract – The geographical perspective on travels highlights how the term should not be interpreted in a univocal way, but rather it should be read in different directions, both considering its ancestral origins and dimensions as a spatial, temporal, cultural and even spiritual human archetype, and its more recent forms, either highly consumerist and superficial, or, on the contrary, sustainable and responsible.

Keywords: geographic travel, literary journey, consumerist travel, sustainable travel

1. Il viaggio: una parola dal sapore geografico ma con tanti significati

Il viaggio, in un'analisi geografica, è più spesso declinato al plurale perché tale termine si presta a essere inteso in diverse accezioni a partire sin dalle sue origini ancestrali e dalle sue dimensioni di archetipo spaziale, temporale, culturale e persino spirituale dell'umanità. I viaggi entrano infatti in un vasto bacino raccoglitore di esperienze depositatesi nel patrimonio oserei dire primigenio della specie umana come memoria inconscia e collettiva della nostra condizione di essere stati dapprima nomadi (per molto tempo nel lontano passato) e solo in un secondo tempo stanziali (la condizione oggi di gran lunga prevalente sul pianeta), anche se conserviamo tracce o aspirazioni di nomadismo (Christin 2019). L'umanità, come oggi ormai largamente accertato, si è spostata dalla culla africana degli esordi in diversi modi, con differenti ritmi e in varie direzioni sino a popolare il Pianeta in quello che i primi geografi scientifici hanno chiamato "ecumene", alla ricerca di ambienti e di sedi adatte. Il viaggio quindi già in una sua prima definizione è esperienza concreta, storica, dei nostri lontani progenitori e di molte generazioni che si sono succedute nel tempo e nello spazio. Esso ha poi originato quella lunga fase che i geografi del turismo definiscono "prototuristica" e quella successiva più cosciente e relativamente recente di "turismo" nata a partire dall'epoca napoleonica (Gavinelli e Zanolin 2019). E anche le grandi narrazioni religiose e mitologiche, le vie dei canti degli aborigeni australiani, le epoche più remote dei viaggiatori melanesiani e polinesiani, per fare solo alcuni esempi, traboccano di viaggi che, soprattutto in passato, esponevano gli individui al caos e al caso, a territori e paesaggi ammantati di mistero, alle più arzigogolate peripezie, a incontri magici o mostruosi, al contatto con il meraviglioso, a pericoli o a fenomeni miracoli. Per questo esiste un legame stretto e consolidato tra viaggio, leggenda e letteratura epica. Anche le narrazioni archetipe dell'Occidente (le omeriche Iliade e Odissea) possono essere intese sia come testimonianza quanto rivelazione del viaggio. Tradizione orale e scritta, miti, leggende e letteratura testimoniano di innumerevoli ed eterogenee forme di viaggio che si dispiegavano come pratiche straordinarie che esulavano dal quotidiano e che dunque meritavano di essere raccontate, scritte, trasmesse attraverso la scrittura, il canto, l'arte. In questo senso il viaggio consentiva di raggiungere un variegato "altro" è un ampio "altrove" (Aime e Papotti 2012). E così è anche per il viaggio fantastico, fantascientifico, distopico e post-apocalittico di molta produzione letteraria che mescola toni geografici e didascalici e mette in scena ambienti naturali e costruiti, paesaggi, attori territoriali o ancora processi ed eventi più meno verosimili. Il viaggio letterario dal taglio fantastico, fantascientifico, distopico o post-apocalittico consente di delineare futuri socio-spaziali più o meno prossimi. In questo secondo caso peraltro appare evidente come il viaggio fantastico o fantascientifico non sia mai un semplice esercizio mentale di uno scrittore, totalmente gratuito e separato dalla vita reale e dal contesto antropico e fisico nel quale lo scrittore stesso è immerso. Parlare del viaggio letterario consente al geografo di trattare temi ambientali, di effettuare analisi territoriali di ampio respiro, di introdurre concetti spaziali a volte

complessi, di presentare stereotipi e preconcetti radicati nelle carte mentali degli individui che possono essere trattati o rivisti ricorrendo ai vasti “bacini” letterari presenti nelle diverse culture presenti nel passato o nella contemporaneità (Gavinelli 2022).

Ma senza andare così a ritroso nel tempo o in profondità in generi letterari di indubbia fortuna che oggi ben si prestano ad essere tradotti sul grande schermo per un pubblico di massa (dell’Agnese e Rondinone 2012), indubbiamente il viaggio può essere letto da noi contemporanei in tanti modi, può mostrare la sua straordinaria molteplicità di pratiche e forme (d’élite, di massa, moderne e post-moderne, più o meno sostenibili e responsabili). I viaggi dimostrano oggi la loro estrema varietà tipologica legata alle svariate motivazioni, agli innumerevoli percorsi, alle diverse mete raggiunte, ai numerosi protagonisti individuali o collettivi, alle cause volontarie o non volontarie che originano il viaggio stesso, alla consapevolezza o alla non consapevolezza degli individui di fronte ai paesaggi e alle persone che si incontrano, alla durata più o meno temporanea degli spostamenti, alla loro importanza come fonte descrittiva, letteraria o geografica (Scaramellini 1993 e 2008; Corna Pellegrini 1999). E ancora il viaggio può essere un modo per dialogare con chi ci accompagna, per capire noi stessi, per sperimentare percezioni e osservazioni nuove, per staccarsi dal quotidiano, per ampliare la propria visione del mondo (Corna Pellegrini e Demetrio 1997) ma anche per provare sentimenti ed emozioni, innamorarsi o scrivere dei luoghi visitati e per sperimentare persino quella “topofilia” di cui già ci parlava il geografo Yi-Fu Tuan nel 1990 nella sua celeberrima “*Topophilia. A Study of Environmental Perception, Attitudes and Values*”. E ovviamente non si deve dimenticare che i viaggi veri, presunti e raccontati si prestano anche ad una declinazione didattica, a essere messi in pratica attraverso uscite sul terreno e diventare viaggi di istruzione, soggiorni linguistici, esperienze interculturali, momenti di completamento della formazione logico-concettuale individuale che si tiene regolarmente nelle aule scolastiche (Gilardi, Molinari 2012).

2. Il viaggio e la sua visibilità nel terzo millennio

Viaggiare sempre più velocemente e sempre più lontano è diventata un’attività quasi banale – a eccezione della grande pausa imposta dalla pandemia di Covid-19 – per una parte rilevante dell’umanità di questo primo ventennio del terzo millennio: è la condizione normale delle persone e delle cose che vivono nel flusso reticolare del capitalismo globale. Al tempo stesso il viaggio rappresenta anche un’ideale da raggiungere per milioni di individui, sulla falsariga di quanto fanno in modo retorico e mediatico le persone famose, i personaggi politici, gli *influencer*, gli uomini e le donne d’affari e le persone che hanno conseguito un certo successo sociale ed economico. Il viaggiatore e la viaggiatrice contemporanei sono diventati una sorta di soggetto/oggetto mobile e sensibile alle mode e alle innovazioni, sono armati di cellulare e computer che li tengono in contatto continuamente con altri e con il loro mondo quotidiano che hanno lasciato temporaneamente, molto spesso sono superficialmente attratti o persino indifferenti alle culture e ai luoghi che visitano. Siamo in presenza, in altre parole, di viaggiatori e viaggiatrici che apparentemente hanno lasciato gli spazi del loro lavoro quotidiano, della *routine* giornaliera ma che in realtà si rivelano delle specie di “memorie esterne” collegate continuamente ai territori di partenza, alle mail, alla rete e ai meccanismi relazionali che ci imbrigliano giorno dopo giorno. La connessione si sostituisce, parzialmente o totalmente, all’incontro che il viaggio tradizionalmente offre con l’altro e l’altrove. Uno stile di comportamento che influenza notevolmente l’immaginario collettivo, i desideri e il tempo libero degli individui e persino le scelte professionali (D’Eramo 2017). Il mondo iconografico dei social e di Internet ci mostra un bacino di immagini, promozioni e slogan indirizzati alla promozione del viaggio, adotta strategie di promozione dell’esotico e del folclorico, esalta i vantaggi delle molte “esse” anglofone del turismo (*sea, sex, sun, sand, shopping*). E tutti questi elementi si autoalimentano e accendono economie di agglomerazione che si influenzano a vicenda, plasmano le pratiche e lo spirito della nuova epoca e il desiderio del viaggio. Letto e interpretato in questo modo il viaggio si rivela un elemento centrale dell’ideologia turistica, edonista e megalomane della contemporaneità associata al movimento nello spazio, alla visita del vasto patrimonio tangibile e intangibile e all’idea di viaggio stesso. Anche il campo letterario ne risulta contaminato: gli scrittori-viaggiatori nelle loro

produzioni artistiche non raccontano più niente di sorprendente, anche se l'editoria odepórica non smette di arricchirsi di opere decisamente stereotipate. Alcuni arrivano ad affermare persino che gli attuali scrittori-viaggiatori hanno poco in comune con l'anticonformismo dei viaggi compiuti un tempo da autori come London, Kerouac, Cendrars, Bouvier (Christin 2019).

Il viaggio come atto e pratica turistica diventa una componente integrante di un modo di vivere ritmato dal tempo lavorativo in opposizione a quello libero all'interno di un processo storico-geografico e socio-economico che punta a una diminuzione progressiva del tempo impiegato nel lavoro, nella produzione di beni materiali e immateriali, nella fornitura di servizi. Aumentano pertanto le energie e le spese destinate al viaggio e allo svago ma questo implica anche, ovviamente, un ampliamento della scala geografica del viaggio stesso. Lo spaesamento o lo straniamento sono gli oggetti da raggiungere, da perseguire con accanimento per sfuggire la realtà quotidiana, per lasciarsi alle spalle la disillusione che circola tra le vaste e frenetiche aree megalopolitane del pianeta, per sottrarsi all'insoddisfazione o persino alla depressione: il viaggio verso un altrove spesso idealizzato o appreso troppo rapidamente dalla lettura di guide turistiche, veicolato da social, blog e commenti in rete rappresenterebbe la speranza di una vita migliore e del successo (Fagnoni 2017).

Il viaggio implica infine anche una lettura geografica diversa e complementare a quanto sinora detto, più strutturale e oggettiva. Esso presume infatti, nella iperconnettività e ipermobilità del terzo millennio, uno sviluppo senza precedenti delle infrastrutture logistiche senza le quali non si possono realizzare milioni di spostamenti alle diverse scale geografiche. Questo significa, in primis, il mantenimento o la creazione di strade e autostrade, di linee ferroviarie ad alta velocità che affiancano quelle tradizionali, di ponti e di svincoli stradali. Ma poi anche l'apertura di nuove tratte *low cost* che allargano la rete delle compagnie aeree di bandiera e che "democratizzano" l'accesso al volo ad ampie fasce di popolazione. E ancora le reti cablate che devono raggiungere città, quartieri residenziali e periferie, villaggi che sono punti di arrivo, di transito e di soggiorno dei viaggiatori.

3. Una lettura critica del viaggio

La diffusione del benessere, lo sviluppo tecnologico delle comunicazioni, le mode e i bisogni più o meno veritieri generati dalla cosiddetta globalizzazione hanno pertanto spinto anche a consumare velocemente e superficialmente l'esperienza del viaggio, a farla diventare non necessariamente autentica, a confezionare viaggi *à la carte* (Dell'Agnese 2018). Per un certo momento tutto questo è stato messo in discussione dall'arrivo della pandemia da Covid-19 che ci ha fatto riscoprire, con il *lockdown* e la limitazione ai viaggi, gli spazi domestici. Le procedure complesse introdotte per arginare la pandemia (nuove regole, vaccinazioni, tamponi a scadenza ecc.) hanno fatto rapidamente rimpiangere agli Europei le libertà e i privilegi originatisi con la creazione dello spazio di Schengen e hanno riportato il cittadino a confrontarsi con l'antico concetto di confine insormontabile o difficile da attraversare, che ostacola o rende faticoso il viaggio (Pecorelli 2021). Si è così riscoperto il gusto per i viaggi nato dalla lettura di innumerevoli testi letterari, si è apprezzata la facilità dei viaggi "di prossimità", si è assaporato il benessere dato dalla pratica del turismo "lento", *outdoor* e del soggiorno nel paese di residenza. La riscoperta, come direbbe un geografo, della scala locale e regionale dopo decenni di crescita a dismisura dei viaggi alla scala continentale e globale.

Ci siamo inoltre confrontati per la prima volta con le novità introdotte dai tour virtuali e dal ciberspazio e ancora dal paradigma del metaverso¹, uno spazio ancora tutto da esplorare e popolare. Un altrove forse fertile per nuove idee, nuove fantasie, nuovi segni, nuove forme di relazioni e dove potremmo avere margini inediti per la pratica del viaggio (Pillan 2022). Certò è che al momento lo strapotere delle immagini e dei bisogni indotti, la saturazione commerciale e il capitalismo hanno reso anche il viaggio un bene di consumo come tanti altri, sottomesso alle regole di un produttivismo

¹ Il metaverso è recentemente entrato nel dibattito collettivo a proposito di Internet e del suo possibile futuro in direzione di un unico mondo virtuale universale e immersivo, agevolato dal ricorso a strumenti di supporto alla realtà virtuale (VR) e alla realtà aumentata (AR). Sempre più spesso, pertanto, il termine appare legato al progresso della tecnologia della realtà virtuale e alla richiesta crescente di immersione in una realtà aumentata, che aprono alla possibilità di viaggiare in contesti diversi da quelli realmente esistenti.

e di un consumismo senza frontiere, poco attento alle idiosincrasie di chi accoglie e di chi è accolto. Il fiorire di spazi e paesaggi turistici e della fruizione omologati, estranei al concetto di ospitalità è la conseguenza logica del regno della mobilità. Il viaggio turistico è ormai al servizio del consumo del mondo e delle sue immagini e il viaggiatore e la viaggiatrice, che inizialmente erano degli sperimentatori esistenziali, si sono presto trasformati in consumatori di spazi geografici. Questo è particolarmente evidente nei viaggi e nei soggiorni nei Paesi emergenti o in quelli in ritardo di sviluppo. In queste aree geografiche gli attori che si occupano di organizzare, strutturare e commercializzare il viaggio e il soggiorno turistico devono vendere anche l'illusione di un mondo perfetto, spesso esotico e paradisiaco. Le *enclave* turistiche trattengono i turisti, ostacolano l'accesso alla concreta realtà socioeconomica e geografica degradata o esteticamente disturbante che le circonda. Così tali *enclave* sono separate dai territori che li ospitano, sono recintate per marcare la loro differenza. Da qui si può però partire per compiere escursioni a pagamento, non comprese nel pacchetto turistico. Questi brevi viaggi avvengono sempre in sicurezza, seguono schemi ben precisi e ripetitivi (Gavinelli, Zanolin 2019). Il viaggio perde pertanto la sua forza rivoluzionaria e trasformatrice, resta impigliato nella rete sempre più stretta di circuiti organizzati e una volta convertito in turismo è ridotto e banalizzato a un insieme di servizi. Il viaggio si sposta così dal regno della filosofia e della narrazione letteraria ed entra in quello dell'economia e finisce per perdere tutta la sua forza dirompente di rottura e la sacralità che aveva un tempo. Anche la partenza per le vacanze non è più un atto contro il sistema ma è invece diventato uno dei pilastri del sistema stesso. In questa direzione il viaggio è ormai più una necessità che una libertà (Rabbiosi 2013). E sempre con quest'ottica la nostra smania di partire per le vacanze può esser letta come indice della nostra soddisfazione o insoddisfazione. Il viaggiatore e la viaggiatrice ipermobili hanno in tal modo sostituito il *flâneur* di Charles Baudelaire o di Walter Benjamin che vaga qua e là, si ferma, osserva, tocca, soppesa, talvolta compra e poi se ne va.

In conclusione, è doveroso però segnalare quelle forme e pratiche di viaggio che, pur minoritarie, perfezionano il quadro complessivo. Si tratta di viaggi definibili come "sostenibili", "responsabili", "sociali", "ecologici" e altro ancora perché gli aggettivi che si accompagnano al sostantivo viaggio sono sfumati, sottili e permeabili. Siamo sicuramente di fronte a viaggiatori e viaggiatrici attenti alle dimensioni della natura, alla conservazione del patrimonio tangibile e intangibile sul medio e lungo periodo, che puntano a non alterare – con la pratica del viaggio – gli ecosistemi e gli equilibri socio-territoriali delle popolazioni locali (Saarinen, 2004). In realtà dietro a queste definizioni possono rientrare molte tipologie di viaggio tra loro affini quali possono essere quelle qui rapidamente ricordate: ecoturistiche; che favoriscono l'incontro e la socializzazione e rispondono a un diffuso bisogno di relazioni sociali; solidali e cooperative; sostenibili e attente al cambiamento climatico; etiche e responsabili, perché mettono in rilievo i valori e la cultura delle comunità e dei territori ospitanti in modo da non adottare comportamenti sbagliati o manchevoli; eque, perché i proventi di viaggiatori e viaggiatrici vengono redistribuiti tra i membri delle comunità che li ospitano; solidali, perché chi compie il viaggio visita progetti di cooperazione allo sviluppo, alla cooperazione e alla solidarietà internazionale o contribuisce direttamente allo sviluppo locale attraverso donazioni o una quota parte del costo del viaggio stesso. Al di là delle mille sfumature, comunque lo si definisca, il viaggio "alternativo e senza colpe", quello capace di minimizzare i suoi impatti ambientali, politico-economici, socio-culturali, spaziali, testimonia che il vasto ecumene disegnato nei diversi continenti dalle pratiche del viaggio non è totalmente preda del consumo e del capitalismo turistico ma presenta anche voci e forme di "qualità" (Boniface, Cooper, Cooper, 2020).

Bionota: Dino Gavinelli è professore ordinario di Geografia all'Università di Milano dove insegna Geografia urbana e regionale, Geografia culturale, Geografia economica e politica e Didattica della geografia. Fa parte del collegio del dottorato di ricerca in Scienze del patrimonio letterario, artistico e ambientale dell'Università di Milano. Le sue principali linee di ricerca e pubblicazioni riguardano l'organizzazione regionale, la geografia culturale e del turismo, la geopolitica, la comunicazione e la

rappresentazione cartografica. È Presidente del Centro Studi Problemi Internazionali (CESPI), Direttore della rivista *Geography Notebooks* e condirettore delle collane editoriali *Kosmos* (Mimesis) e *Tratti Geografici* (Franco Angeli), membro del comitato scientifico di collane e riviste (*Languages Cultures Mediation*, Criando, Bononia University Press; *Milan University Press*, *Semestrale di Studi e Ricerche di Geografia*).

Recapito dell'autore: dino.gavinelli@unimi.it

Riferimenti bibliografici

- Aime M. e Papotti D. 2012, *L'altro e l'altrove. Antropologia, geografia e turismo*, Einaudi, Torino.
- Boniface B., Cooper R., Cooper C. 2020, *Worldwide Destinations. The Geography of Travel and Tourism*, Routledge, London.
- Corna Pellegrini G. 1999, *Conoscersi viaggiando per esempio tra New York e il Nuovo Messico*, Meltemi, Roma.
- Corna Pellegrini G. e Demetrio D. 1997, *Viaggio e racconti di viaggio. Nell'esperienza di giovani e adulti*, CUEM, Milano.
- Christin R. 2019, *Turismo di massa e usura del mondo*, Elèuthera, Milano.
- Dell'Agnese A. 2018, *Bon Voyage. Per una geografia critica del turismo*, Utet, Torino-Novara.
- Dell'Agnese A. e Rondinone A. 2012 (a cura di), *Cinema, Ambiente, Territorio*, Unicopli, Milano.
- D'Eramo M. 2017, *I selfie del mondo. Indagine sull'età del turismo*, Feltrinelli, Milano.
- Fagnoni E. (dir.) 2017, *Les espaces du tourisme et des loisirs*, Colin, Paris.
- Gavinelli D. 2022, "Insegnare la Geografia attraverso la Letteratura: l'utilità della narrativa fantastica, fantascientifica, distopica e postapocalittica", in Morri R., Pasquinelli d'Allegra D., Pesaresi C. (a cura di), *Il cammino di un geografo, un geografo in cammino. Scritti in onore di Gino De Vecchis*, FrancoAngeli, Milano, pp. 131-141.
- Gavinelli D. e Zanolin G. 2019, *Geografia del turismo contemporaneo. Pratiche, narrazioni e luoghi*, Carocci, Roma.
- Gilardi T. e Molinari P. (a cura di) 2012, *L'uscita didattica come educazione alla geografia, alla storia e al turismo*, Educatt, Milano.
- Pecorelli V. 2021, *From overtourism to undertourism. Sustainable scenarios in post-pandemic times*, Unicopli, Milano, 2021.
- Pillan M. 2022, "Il paradosso digitale. Il bit, il segno e il punto", in Bucchetti V. e Zingale S. (a cura di), *La trama sottile della grafica. Scritti sugli scritti di Giovanni Baule*, Nomos Edizioni, Busto Arsizio, pp. 84-89.
- Rabbiosi C. 2013, *Nuovi itinerari di consumo*, Maggioli, Sant'Arcangelo.
- Saarinen J. 2004, "Destination in change. The transformation process of tourist destination", *Tourist studies*, 4, 2, pp. 161- 179.
- Scaramellini G. 1993, *La geografia dei viaggiatori. Raffigurazioni individuali e immagini collettive nei resoconti di viaggio*, Unicopli, Milano.
- Scaramellini G. 2008, *Paesaggi di carta, paesaggi di parole. Luoghi e ambienti geografici nei resoconti di viaggio (secolo XVIII-XIX)*, Giappichelli, Torino.
- Tuan Yi-Fu 1990, *Topophilia. A Study of Environmental Perception, Attitudes and Values*, Columbia University Press, New York.