

ERNESTO MAZZETTI

CONSUMO E RIGENERAZIONE DEL PAESAGGIO TURISTICO (IPOTESI DI SCENARI OPERATIVI)

Il paesaggio: materia prima del turismo. – La geografia italiana non da oggi mostra attenzione al tema «turismo». Sono stati prodotti studi di carattere teorico, così come si sono moltiplicati i lavori riguardanti peculiarità e potenzialità di regioni, province, singoli siti. Corsi specialistici di geografia del turismo sono divenuti numerosi nelle nostre università, e così pure i progetti di ricerca direttamente o indirettamente riferiti all'«uso turistico» del nostro patrimonio territoriale. Un impegno giocato in parallelo – talvolta in concorrenza – con discipline affini: economiche, urbanistiche, sociologiche.

Il ruolo crescente del turismo e delle attività connesse nella formazione del reddito nazionale e, soprattutto, in quello delle regioni che negli ultimi vent'anni hanno visto fortemente depauperarsi tradizionali attività manifatturiere, induce a continui approfondimenti circa criteri e modi per esaltare i benefici di tale settore e minimizzarne eventuali ricadute negative. Questi temi hanno indotto, o accentuato, l'attenzione verso ciò che, soprattutto nell'ottica del geografo, costituisce la «materia prima» del turismo: il paesaggio. Il paesaggio come oggetto di studio di geografia del turismo, ma anche col coinvolgimento, da un lato, di ragionamenti in ottica di geografia economica e organizzazione del territorio; e in ottica di geografia culturale, dall'altro lato.

La riflessione sul concetto di paesaggio, che ha conosciuto momenti di particolare fervore cui hanno corrisposto esiti scientifici rilevanti nell'analisi delle valenze morfologiche e storiche dei quadri ambientali, conduce alla considerazione dell'oggetto geografico in quanto bene cui anettere un valore. Gli studi in tema di paesaggio (e sul concetto di paesaggio), condotti con i criteri e metodi della geografia fisica, così come con i criteri e i metodi della geografia umana, hanno anche alimentato in misura cospicua il filone specialistico cui si conviene dar nome di geografia culturale. E una molteplicità di strumenti logici e metodologici conduce ad associare strettamente la riflessione in tema di paesaggio con le elaborazioni, e le ipotesi applicative, in materia di beni culturali.

Se datano da qualche decennio – due? tre? – l'attenzione e l'approfondimento, in chiave teorica, applicativa, sistemica, al tema turismo, ben più antichi (e

di recente fortemente rinnovati) sono gli approfondimenti e l'attenzione in materia di geografia del paesaggio.

Stimolati, probabilmente, gli studi in quest'ultimo campo, appunto dall'attenzione crescente rivolta al tema «turismo». Ma tanto più efficaci sul piano propositivo, tanto più apprezzabili sul piano culturale, appaiono quegli studi di geografia del turismo che traggono ispirazione e alimento dal retroterra assai profondo degli studi sul paesaggio e della geografia culturale. Il geografo, continuamente posto di fronte ai segni di quell'interagire tra dati fisici ed eventi della storia che conferiscono caratteri peculiari allo spazio, acquisisce sempre maggior consapevolezza dell'infondatezza del dualismo tra scienze della natura e scienze dell'uomo. Ed è indotto ad attribuire poco senso alla ricerca delle differenze tra «beni culturali» e «beni ambientali», e quindi a tentativi di fissare confini tra gli uni e gli altri, nella convinzione che quei segni dell'opera congiunta della natura e dell'uomo su di una porzione ora piccola, ora estesa, di spazio, più correttamente vadano collocati in una categoria univoca di beni, i «beni geografici». I quali beni contengono il DNA di una comunità, e contribuiscono, per una sorta di trasmissibilità cromosomica, a perpetuarne l'identità. Identificando tali beni geografici, i geografi hanno la possibilità di incidere culturalmente sulla società, affinché non distrugga le sue memorie, il che vorrebbe dire la sua stessa identità. E, indicando i criteri di «sostenibilità» (per adoperare l'espressione oggi tanto diffusa da rischiare una certa usura), operano appunto in favore della preservazione di tali memorie, e quindi dell'identità, non solo dei luoghi quanto, più ancora, della comunità che in essi vive.

L'individuazione dei paesaggi è il presupposto per il loro uso turistico. Ma attraverso quale processo un «oggetto naturale», o anche un'opera edificata dall'uomo in un determinato contesto naturale, acquisisce valenza estetica? Anche se tali quesiti possono spingere verso articolati percorsi propri a diverse discipline umanistiche, ai fini di questo discorso conviene soffermarsi su alcune considerazioni che traggo dal trattato di *Estetica* di Benedetto Croce: «La natura è bella solo per chi la contempi con occhi d'artista [...] Il godimento estetico degli oggetti naturali s'instaura grazie alla scoperta del bello naturale additato come tale da artisti e da uomini di gusto e fantasia [...] I punti di vista additati da artisti divengono meta di viaggiatori e visitatori» (1908, p. 114).

Movente estetico e movente culturale agiscono in stretta connessione nel determinare il «valore» di un paesaggio. Ritengo di perdurante efficacia quanto scriveva un autore che molto apprezzo, Eric Dardel: «piuttosto che essere un contrappunto di dettagli pittoreschi, il paesaggio è un insieme, una convergenza, un momento vissuto» (1986, p. 33). Il fatto che una molteplicità di siti – coste, città, isole, monti, laghi – siano stati *momenti vissuti* per tanti letterati e artisti, attratti e ispirati da peculiarità morfologiche come da vestigia del passato, è all'origine del «mito mediterraneo», che tuttora alimenta cospicui flussi turistici. Mito che, con altre modalità, e con successo, l'industria turistica cerca di generare in altri continenti e mari, dilatando alla scala globale il mercato del viaggio e dell'ospitalità.

Ciò che prima avveniva attraverso scelte spontanee di uomini di gusto e fantasia, i quali divenivano involontari battistrada di flussi di visitatori indotti dalle loro opere a ricercare le medesime mete e a seguire i medesimi itinerari, oggi, come ben sappiamo, si verifica attraverso sapienti azioni promozionali che vedono partecipi numerose forme d'imprenditoria. Investimenti alberghieri più o meno agevolati da autorità nazionali e locali, organizzazione di viaggi collettivi da parte delle agenzie turistiche e delle compagnie aeree, diffusione propagandistica veicolata attraverso i *mass media*. Grandi operazioni finanziarie di compagnie alberghiere internazionali continuamente dilatano le «frontiere del turismo» alla ricerca di nuove mete da proporre a una clientela sensibile al richiamo dell'esotico, del «lontano».

L'uso turistico di un paesaggio ne può determinare – e di solito determina – il «consumo»: in misura direttamente proporzionale alla durata della fruizione e alla quantità dei fruitori. Fattori psicologici, ma anche elementi materiali, entrano in gioco in questo processo. Un paesaggio – e quindi le possibilità e le caratteristiche del suo uso turistico – può dar segno di consunzione per fattori diversi, in più casi tali da sovrapporsi.

Frequentazione e contemplazione continuativa di un sito, d'un ambiente, pur in assenza di alterazioni vistose delle peculiarità morfologiche e antropiche di esso, è giocoforza che generino una sorta di *assuefazione*. L'abitudine al bello attenua il valore estetico dell'oggetto ammirato. In questo caso non è l'oggetto – naturale o monumentale – che subisce un affievolimento delle sue peculiarità, ma è la capacità percettiva del soggetto che ne fruisce, e che a lungo ne ha fruito, a modificarsi.

Accenni su arte, stereotipi e geografia nella lettura del paesaggio. – Il paesaggio nell'arte (e il «mercato del paesaggio») riguarda in vario modo anche il geografo che guarda ai luoghi e alla società, attento, con sensibilità storica, a cogliere modi e moventi della trasformazione degli uni e del mutamento dell'altra. Pittura e letteratura entrano in gioco come riscontri documentali di queste dinamiche. Isolano istanti nell'evoluzione dei paesaggi; fermano singoli fotogrammi in una sequenza di movimenti. Ci trasferiscono immagini di tempi passati.

Ricorro a una citazione di Pierre George che, in proposito, m'appare assai pertinente ed efficace: «l'espace observé n'est qu'une fraction du temps, ou plus exactement une projection du temps sur une fraction d'espace» (1982, p. 454). Quando uno sguardo d'artista riesce a proiettare una «frazione di tempo» su una «frazione di spazio» – ed è il caso di gran parte degli sguardi proiettati su tanti luoghi d'Italia dai pittori italiani e stranieri attivi in specie nel Sette-Ottocento – lo dobbiamo interpretare come testimonianza, che reca, sì, certamente, in sé la soggettività propria dell'autore, ma che, nello stesso tempo, è anche documento oggettivo di tecniche, stili, sensibilità. Insomma della cultura che caratterizzava i tempi in cui questo prodotto artistico (sia esso pittorico o letterario) veniva elaborato, e della quale l'autore – uomo d'arte, di lettere o di scienza – era comunque portatore.

L'opera pittorica ci dice con quale sguardo l'artista s'è avvicinato al paesaggio. Quali privilegia tra i molti segni che la natura, l'uomo hanno fino a quel momento impresso su di esso. È figlio del suo tempo e della sua cultura, l'artista, per il modo in cui orienta il suo sguardo, nei moventi che lo inducono a focalizzare la sua attenzione su un particolare della veduta, nello scegliere le angolazioni da cui trarla, nelle tecniche con cui riprodurla. È il determinato momento storico della società in cui egli vive a guidarlo nella scelta degli itinerari da percorrere per raccogliere, tappa dopo tappa, i segni del passato e del presente delle civiltà che si sono alternate in quei luoghi.

Le scelte dell'artista sono anche suggestioni per quanti, contemporanei o posteri, fruiranno della sua opera. È attraverso i suoi occhi che molti, a lungo, guarderanno i medesimi luoghi. Molti continueranno a leggere i paesaggi attraverso il filtro suggerito dalla visione che di essi era stata data in un tempo precedente. Permangono nel tempo sentimenti dei luoghi e valutazioni di costumi sociali che si sono radicati per l'accumularsi di interpretazioni pregresse; non di rado per lo stratificarsi di giudizi non più riveduti e quindi, anche laddove necessario, non adeguatamente corretti, così da trasformarsi in stereotipi, nel bene e nel male.

A una scuola interpretativa del paesaggio è normale che, nello scorrere della storia, ne subentrino altre, nella logica dell'evoluzione di gusti, di cultura. Talvolta accade che vecchia e nuova scuola convivano, più o meno a lungo. Sia che la nuova rigetti la vecchia sia che ne erediti, pur trasformandole, le ragioni, sempre i rinnovatori saranno in qualche misura in debito con i predecessori. La storia delle trasformazioni del paesaggio ha bisogno, per offrire contributi alle conoscenze di geografia umana, di strumenti di indagine della geografia culturale.

Il ricorso alla lettura diacronica del paesaggio attraverso l'opera pittorica richiede attenzione nel distinguere il «vero» (frutto di ispirazione e interpretazione d'una autentica sensibilità artistica) dallo stereotipo (mera e sovente artificiosa riproduzione di immagini). Si sa che, dietro un'avanguardia, o comunque dietro iniziatori di un genere, finisce sempre per accalcarsi una folta schiera di imitatori e banalizzatori, specie a fronte di un accrescimento della domanda, sospinto da un pubblico turistico, ma anche locale, sempre meno raffinato e selettivo. Era già accaduto nel Settecento, quando il vedutismo neoclassico richiesto dall'*élite* del collezionismo aveva incontrato il suo risvolto economico e banale nel moltiplicarsi delle «vedutine» offerte in abbondanza al mercato grazie alla tecnica a *gouache*. In misura maggiore accade nell'Ottocento, quando più duttili ed economiche tecniche litografiche agevolano la serialità delle riproduzioni.

D'altronde, se panorami di città, di isole, di province, colti «dal vero» nei prototipi, ovvero nelle opere di artisti cui va attribuito un ruolo di protagonisti nelle varie scuole di «vedutismo» e pittura di paesaggio, saranno destinati nei decenni successivi a scadere nel ruolo di «emblemi» topografici attraverso riproduzioni a stampa e l'imitazione servile d'artisti di minor talento, a beneficio dell'immaginario turistico, anche di peggio accadrà col filone delle cosiddette «scene popolari».

Avranno successo, le prime raccolte di tali scene raffiguranti costumi caratteristici, mestieri, commerci ambulanti, maschere del teatro vernacolare. Tanto da indurre a ripetizioni, all'exasperazione dei caratteri, all'accentuazione dei gesti, alla trasformazione dei personaggi in macchiette. Direi quindi che sia stata la pittura a fornire le cellule da cui origineranno stereotipi su molte regioni, città, località italiane, del Nord come del Sud, da Venezia a Napoli, dai siti costieri a quelli lacuali, monti, vulcani, fiumi, rovine, duraturi nell'immaginario e anche nella cultura europea. Prima ancora che a ciò s'adoperino letterati intenti alla ricerca del «colore locale» e facitori di versi delle canzoni.

Fattori materiali e fattori psicologici nel «consumo» di paesaggio. – È fatale che una quota significativa di frequentatori di un sito venga indotta, dopo periodi più o meno lunghi e continuativi di soggiorno, a ricercare nuovi paesaggi. Si determina così un ricambio nella platea dei fruitori di questo paesaggio. O, almeno, così sarebbe logico supporre, laddove non siano state arretrate modificazioni rilevanti ai siti. Ma non sempre è così. Possono intervenire altri fattori psicologici a condizionare le scelte degli ipotizzati nuovi fruitori. L'abbandono di un sito, per assuefazione al paesaggio, posto in atto da personaggi di particolare notorietà, è probabile che induca molti potenziali nuovi frequentatori a rinunciare alla fruizione di quel paesaggio per effetto di imitazione.

Ancora di predominanti aspetti psicologici, nel processo di consumo del paesaggio, si può parlare a proposito del fenomeno che definirei di *estenuazione*. Quando una località, ricca di pregi paesistici, storici e, quindi, nel passato, fonte d'ispirazione d'artisti e letterati, diviene soggiorno prediletto di protagonisti del mondo della cultura, della politica, della mondanità, accade, di solito, che essa divenga anche meta per flussi di turisti attirati dalla notorietà dei frequentatori più ancora che dai pregi del luogo. A meno che non venga impedito dalla distanza, e quindi da costi sostenibili solo da pochi, l'effetto d'imitazione, nel giro di più o meno anni, tende a trasformare in oggetto di consumo turistico di massa qualsiasi paesaggio che sia stato *buen retiro* per pochi, e ancora resista come oggetto di fruizione elitaria. Possono variare i tempi medi di permanenza, in rapporto a caratteristiche e mezzi dei turisti: ma quando l'intensità degli afflussi s'accresce in modo costante, ne consegue una massificazione nel consumo che estenua, annulla, la precedente caratterizzazione. S'attenua la valenza estetica del luogo e gli *happy few* cercano nuove mete.

Nell'analisi degli elementi in cui ritengo si sostanzia il «consumo» del paesaggio, solo per comodità di ragionamento mantengo separati i fattori psicologici dai fattori materiali. In realtà, l'esperienza che è dato ricavare dai modi in cui evoluzione territoriale e mutamento sociale agiscono sui siti turistici e nei rispettivi contesti regionali fa comprendere come un paesaggio «consumato» è solitamente anche un paesaggio nel quale le attività turistiche hanno indotto notevoli modificazioni. L'*alterazione ambientale* può non essere devastante, grazie alla messa in opera di misure vincolistiche; ma anche migliorie alla struttura ricettiva, alla viabilità interna o alle modalità d'accesso – ferroviarie, marittime – modificano originari caratteri, «atmosfera» dei luoghi che inducevano

particolari stati d'animo, seducevano la sensibilità di persone di *gusto e fantasia*.

La conseguenza ultima delle alterazioni ambientali – purtroppo rilevanti, nella maggior parte dei casi – e dei cambiamenti nei modi in cui i luoghi vengono percepiti, è che nuovi moventi si sovrappongono a quelli che in origine avevano attivato l'uso turistico di un determinato paesaggio. Il processo appare ineluttabile almeno per i siti di più antica rinomanza. È in essi che si producono le più forti modificazioni nella qualità e quantità delle frequentazioni. Movente al viaggio del nuovo turismo diretto a questi luoghi è, paradossalmente, la commemorazione d'un irripetibile passato elitario, del quale si contemplano vestigia in edifici in più casi ristrutturati, e in sfondi naturali la cui aura magica s'attenua nell'andirivieni inquinante di mezzi di trasporto e nell'invasione chiassosa di comitive. Dalla Costa Azzurra a Newport (Rhode Island), da San Remo a Taormina, da Deauville a Capri, di esempi è agevole trovarne.

Crescita (e salvaguardia) del movente culturale nel mercato turistico italiano. – Ho osservato in premessa come il paesaggio costituisca la «materia prima» del turismo. Una materia prima che le attività turistiche «estraggono» da «giacimenti» che si sono venuti formando per eventi della natura e per azioni umane nel corso della più o meno lunga storia di un territorio. Il turismo trasforma questo materiale in risorse economiche per la popolazione.

Ma ciò avviene – deve avvenire – entro limiti precisi. Al di là dei quali il giacimento s'esaurisce, o s'inquina. In questi casi, da produttrice di risorse, l'attività turistica si trasforma in azione devastatrice del territorio, con effetti degenerativi, fisici e sociali, per la popolazione. Anche qui agisce il ragionamento che ha indotto appunto a introdurre, su scala mondiale e con fini generali, il principio della sostenibilità come metro di valutazione di qualsiasi intervento umano sull'ecumene. La tutela del paesaggio diviene quindi presupposto per la felice esplicazione dell'uso turistico di un territorio. Sul piano operativo, laddove sia dato constatare che nell'uso di un territorio siano state compiute scelte improprie, o che siano venute meno le premesse che inducevano particolari insediamenti in quello spazio, è indispensabile procedere a interventi di riqualificazione. Che non di rado debbono concretarsi in quella che, con una espressione oggi corrente, può definirsi «rottamazione». Riqualificare un paesaggio, attraverso la «rottamazione» di quelle modificazioni deturpanti che l'uomo vi aveva operato. Innovare nelle modalità di fruizione di un territorio, cancellando le strutture finalizzate a un uso particolare di quello spazio, e sostituire a esso nuove strutture, idonee a un uso diverso, compatibili con nuovi criteri di valutazione.

Riprendo il concetto iniziale del ruolo crescente del turismo e delle attività connesse nella formazione del reddito, soprattutto in aree la cui struttura economica difetti di apporti del settore manifatturiero. Vale a dire, in Italia, la gran parte del territorio meridionale e insulare e, al Centro e al Nord, aree che hanno conosciuto crisi di antiche attività produttive, e anche aree collinari e montane la cui perifericità rispetto ai centri maggiori e alle grandi vie di comunicazioni induce fenomeni di spopolamento.

Ipotesi di sviluppo turistico che abbiano l'obiettivo di attenuare la marginalità economica e il disagio sociale di parti del territorio nazionale, o all'interno di singole regioni, presuppongono la ricerca di strategie d'intervento differenziate. In rapporto ai diversi livelli di usi turistici già in atto, o in rapporto a quelle che appaiono solo potenzialità di futuri usi turistici, le politiche turistiche debbono configurarsi come altrettanti *scenari di consumo sostenibile del paesaggio*.

Senza addentrarmi in casistiche ed esemplificazioni dettagliate, ritengo che, in via schematica, si debba agire su due scenari principali: *a)* la rivitalizzazione dei paesaggi delle aree a sviluppo turistico maturo; *b)* l'individuazione di paesaggi cui possano corrispondere nuovi spazi di sviluppo turistico. Nell'uno e nell'altro caso, l'esigenza principale è identificare i moventi sui quali imperniare politiche e conseguenti interventi.

Esperienze recenti portano a individuare nella cultura l'elemento strategico di ogni politica di rianimazione o valorizzazione turistica. Confortano elaborazioni del CENSIS dalle quali si ricava che il turismo definito culturale ha raggiunto (anno 2000) un fatturato di 21 miliardi di euro, pari al 26% dell'intero fatturato turistico; e che ha un ritmo di crescita superiore a quello del turismo balneare. La cultura intesa come permanenza nei luoghi di segni di antiche civiltà, di momenti significativi della storia di uomini e popoli. E anche cultura come somma delle interpretazioni che le caratteristiche naturali e antropiche hanno suggerito a quanti in quei luoghi hanno soggiornato o per quei luoghi sono soltanto transitati, ma abbastanza per ricavarne apporti di creatività e riflessione. Ma cultura anche come varietà di tradizioni, costumi, usi alimentari.

Il primo scenario: le aree «mature». – Nella cultura così ampiamente intesa debbono ricercarsi i moventi che possano costituire un antidoto alla massificazione dell'uso turistico dei siti, dei paesaggi assoggettati allo scadimento da assuefazione e da estenuazione ed esposti a continue manomissioni ambientali, o già vulnerati da esse. Sono consapevole che questo discorso può riguardare prevalentemente aree che non siano del tutto compromesse da improvvise azioni umane, dove sia ancora possibile localizzare nuove funzioni, in luogo di precedenti destinazioni d'uso, più coerenti con la natura dei luoghi, per conciliare le esigenze dell'economia con quelle d'una migliore qualità di vita della popolazione, in un quadro di migliorata sostenibilità ambientale. Mentre non c'è ricorso a fattori culturali che tenga di fronte ad alterazioni vistose del paesaggio, che abbiano offuscato irrimediabilmente la valenza estetica dei luoghi.

Sarebbe illusorio credere che innovando, o meglio re-innovando, nei moventi alla fruizione di questi siti «maturi», attraverso il recupero, in vario modo perseguito, delle ragioni originarie che attiravano *élites* della cultura e dell'arte, automaticamente si esorcizzi la massificazione. Sarebbe battaglia vana, nel mutato scenario sociale e contro interessi economici consolidati.

È però questione di proporre nuovi equilibri, con una strumentazione che valorizzi peculiarità culturali del paesaggio (salvaguardia di quanto resta della natura incontaminata, archeologia, storia, tracce del passaggio di visitatori illustri); e che imponga l'uso «sostenibile» dei luoghi con vincoli all'edificazione,

divieti di circolazione all'interno, pianificazione degli accessi attraverso limitazioni all'afflusso di pullman, controllo della frequenza e dimensioni dei mezzi marittimi. Possiamo, in queste ipotesi, parlare di terapie di rianimazione di paesaggi esposti al rischio di consunzione da usi impropri.

In una casistica di tipo chirurgico rientrano invece quegli interventi che ho definito di *rottamazione*. È indispensabile farvi ricorso in almeno due circostanze: *a)* per eliminare alterazioni vistose del paesaggio, che abbiano offuscato irrimediabilmente la valenza estetica dei luoghi; *b)* per conferire nuovi assetti urbanistici a territori, più o meno estesi, sostituendo, ad antiche destinazioni d'uso, nuove funzioni, ritenute più compatibili con la natura dei luoghi, le ragioni dell'economia, la qualità di vita della popolazione.

Esempi eclatanti di rottamazione di paesaggi deformati da improvvise azioni umane è possibile trovarne proprio nelle regioni italiane che hanno acquisito rinomanza negativa per cattiva gestione del territorio e forte incidenza dell'edilizia abusiva. Significative, per le volumetrie coinvolte, sono state in Campania le demolizioni operate sui litorali domizio e cilentano e sulla costiera amalfitana; così pure alcune demolizioni disposte nel Barese e in Sicilia. Casi emblematici? Isolati in uno sconcertante panorama di edilizia turistica «di rapina»?

Certamente, centinaia di chilometri di coste adriatiche, tirreniche, ioniche appaiono oggi compromesse da un'urbanizzazione lineare dissennata, da un'edilizia scadente e priva di servizi, a causa delle scelte errate – o non scelte – dei poteri locali, della pressione di interessi sostenuti con mezzi illeciti, dell'aspirazione al possesso della «seconda casa» di ceti appena emersi ai più modesti livelli di benessere.

Il paradosso di forme d'intensa urbanizzazione litoranea senza proporzionali accrescimenti demografici dei comuni costieri emerge da elaborazioni di dati ISTAT relativi alle abitazioni «non occupate», secondo le quali la massima concentrazione di tali abitazioni (in gran parte identificabili come «seconde case») già nel 1981 raggiungeva punte del 72,5% nei comuni costieri della Liguria, di oltre il 60% in quelli di Calabria e Sardegna e di oltre il 50% in quelli del Lazio e Campania.

Nel 1991, su un patrimonio abitativo italiano di 24,8 milioni di abitazioni, 5,3 milioni risultavano non stabilmente occupate. La prevalente ubicazione di tali abitazioni nelle fasce costiere e la presumibile destinazione della gran parte a residenze estive secondarie lascia ragionevolmente desumere che, con oltre tre milioni di unità, il tipo di abitato caratterizzato dalle «seconde case», allineate a schiera o addensate in nuclei, sia divenuto una costante del paesaggio, se non lungo l'intera estensione delle coste italiane, certamente lungo i 3.250 km dei litorali sabbiosi, che ne costituiscono una percentuale elevata (43%). Per centinaia di chilometri di coste della Penisola e delle isole maggiori si deve parlare di danno irreversibile: impensabile il recupero a funzioni turistiche di più elevato livello attraverso «rottamazioni» o riqualificazioni di aree estese (Mazzetti, 2004).

Tuttavia, la consapevolezza degli errori compiuti e il valore esemplare dei limitati episodi di rottamazione coatta potrebbero esercitare influenze benefi-

che, favorendo politiche più accorte nella gestione di luoghi non del tutto compromessi; coerenti con le esigenze di un turismo in grado di produrre ricchezza proprio perché attento alla salvaguardia del paesaggio che ne costituisce la ragion d'essere.

Lo scenario delle aree dismesse, dentro e ai bordi delle città. – Il secondo caso di «rottamazione» di paesaggi che prendo in esame riguarda soprattutto le aree cosiddette «dismesse». Asservite un tempo ad attività industriali, oggi cessate per obsolescenza ed espulsione dai mercati; attrezzate in passato con impianti portuali o ferroviari specializzati, oggi inutili per il venir meno del traffico. Nei paesi di più antica industrializzazione gli esempi di rottamazione-riqualificazione di tali aree sono innumerevoli. Nelle aree urbane e periurbane la sostituzione di funzioni residenziali-commerciali alle precedenti funzioni industriali è la norma.

Più complesso, anche perché esclude, nella maggior parte dei casi, il riuso di manufatti preesistenti, l'utilizzo per funzioni turistiche delle aree industriali-portuali che insistono su tratti di costa, baie, rive di fiume: cioè in contesti paesisticamente apprezzabili. Questi complessi si trovano generalmente inseriti in aree metropolitane, e una loro ristrutturazione in chiave turistica può aver successo solo se progettata nell'ambito di una generale riqualificazione dell'offerta turistica nell'intero territorio urbanizzato.

All'interno di paesaggi ricchi di suggestioni c'è sempre il rischio del manifestarsi di conflitti nell'uso dello spazio. In passato le potenzialità turistiche del paesaggio erano state sacrificate all'esigenza di creare un *waterfront* industriale. Nel presente, l'ipotesi di ri-utilizzazione per un turismo di qualità – che presuppone approdi da diporto, stabilimenti balneari, alberghi e strutture per soggiorni prolungati di visitatori stranieri o extraregionali – può risultare vanificata per la pressione dell'area urbana, dalla quale può generarsi una domanda d'uso, massiccia e massificante: conflittuale, appunto, con l'obiettivo turistico.

La razionalità e l'efficacia d'una politica d'inserimento di nuovi valori in *waterfronts* da ristrutturare sono proporzionali alla capacità dell'intero impianto urbano di esprimere forza d'attrazione e possibilità ricettive coerenti con la funzione turistica che si intende esaltare. Ciò implica che si valorizzino le dotazioni monumentali e artistiche, che si diano nuovi arredi a piazze e strade, e che si ampli l'offerta di servizi e attrezzature in una misura che non comporti fruizione conflittuale tra popolazione locale e visitatori forestieri.

Le grandi trasformazioni operate sul finire del Novecento a Londra, lungo le rive del Tamigi, suscitarono dibattiti la cui eco oltrepassò i confini britannici. Egualmente oggetto di dibattito come d'ammirazione sono stati gli interventi operati in altre città (Parigi, Bilbao ne offrono esempi significativi) che per storia e patrimonio architettonico costituiscono un paesaggio impresso da secoli nell'immaginario universale.

Un patrimonio di esperienze, di tecnologie avanzate, di competenze manageriali è oggi a disposizione degli abitanti delle metropoli e degli amministratori pubblici. L'utilizzo di questo patrimonio è non di rado rallentato dalla comples-

sità dei processi decisionali, dai conflitti d'interesse di categorie, da remore indotte dal diffondersi di movimenti ecologisti ostili alle innovazioni. Ma è fuor di dubbio che, specie se affidate a progettisti geniali, queste «rottamazioni» finalizzate alla rigenerazione di spazi urbani, la cui fruizione viene offerta non più ai soli cittadini, ma a più vaste platee di visitatori forestieri, determinano benefici assai apprezzabili non solo per la singola città, ma tali da diffondersi in un'area che travalica sovente anche i confini della regione in cui essa è inserita.

Il secondo scenario: gli spazi nuovi. – Sovente ci si compiace affermare che tutta l'Italia è potenzialmente turistica, con ciò intendendo che non c'è luogo nelle nostre regioni ove non sia dato rinvenire uno scorcio di paesaggio avvincente, e non c'è paese o città che non abbia il suo piccolo o grande patrimonio monumentale.

Questo può significare poco e può significare molto. Potrebbe esser vero, se negli ultimi decenni una malintesa modernizzazione non avesse operato guasti rilevanti un po' dappertutto: seppellendo antichi centri sotto una coltre di edilizia priva d'ogni qualità estetica; realizzando opere stradali, autostradali, ferroviarie, centri industriali, commerciali, linee elettriche e ogni altro tipo di attrezzatura senza alcuna remora connessa all'impatto ambientale.

In un'Italia che non è più «tutta» potenzialmente turistica – come d'altronde altri paesi europei che hanno conosciuto sviluppi industriali ed espansione urbana – restano comunque spazi che offrono paesaggi suscettibili di valorizzazione turistica ⁽¹⁾. Marginali, oggi, questi spazi, rispetto ai flussi dominanti del turismo interno e straniero, vuoi perché periferici rispetto agli itinerari principali, segnati dalle reti autostradali e ferroviarie, vuoi perché più fiavole è l'eco che rinviano le loro storie locali, e minore la celebrità di loro visitatori e residenti del passato e del presente.

Le politiche di valorizzazione degli spazi che oggi appaiono marginali nella geografia turistica d'Italia debbono, ovviamente, differenziarsi in rapporto alla morfologia. Ad esempio, è difficile ipotizzare l'acquisizione al mercato turistico delle isole minori italiane escludendo tradizionali tipologie di uso, come quelle legate alla balneazione e alla nautica. Parlo, naturalmente delle poche che ancora non hanno conosciuto le forme d'intenso sfruttamento che caratterizzano gli arcipelaghi napoletano e ponziano, l'Elba, alcune delle Eolie. È però di estrema evidenza e attualità che il paesaggio dell'insularità minore conosca forme di valorizzazione perfettamente equilibrate con le esigenze di sostenibilità.

Non è pensabile il ricorso ai regimi totalmente vincolistici – in atto per alcune isole spopolate (Montecristo, Pianosa, Asinara), con sbarchi contingentati o del tutto vietati – per isole già investite dalla domanda turistica (Egadi, Pelagie, Tremiti, Pantelleria, Arcipelago Toscano), dove al contesto naturale e climatico

(1) Sono, in prevalenza, gli spazi cui hanno rivolto la loro attenzione numerosi geografi, giovani e meno giovani, lavorando nell'ambito di «progetti finalizzati» coordinati da vari Atenei: Catania (Vittorio Ruggiero), Novara (Francesco Adamo), Pavia (Elio Manzi), Roma (Attilio Celant).

s'aggiungono peculiarità di architettura spontanea, edifici religiosi e militari sovente monumentali. Se ne ricaverebbe la ribellione delle popolazioni locali. Ma certamente sono siti dove è necessario non solo rigore nell'applicazione delle limitazioni edilizie già in essere, ma anche sagacia nella gestione degli accessi, sovrastando gli interessi delle compagnie marittime che moltiplicano l'offerta di trasporto nei mesi estivi, per azzerarla o quasi in quelli invernali. Mia vecchia tesi è che tanto più elevata è l'accessibilità tanto più difficile il rigore urbanistico.

Cambiamo ambiente: la collina. Tipologie di valorizzazione turistica con caratteri innovativi sono state all'origine del successo di iniziative intraprese da almeno un ventennio in ambiente collinare dell'Italia centrale. Mi riferisco a forme di valorizzazione del paesaggio appenninico diverse da quelle che, tradizionalmente, vedono la presenza di possidenti italiani e stranieri in ville e tenute di gran pregio, alcune secolari. E diverse anche dal turismo che, localizzato in area appenninica, è imperniato soprattutto sulle risorse termali colà disponibili.

Nel caso dell'agriturismo mi sento di dire che l'intraprendenza di un nucleo iniziale assai ristretto di privati ha anticipato sia le possibili indicazioni di noi geografi, sia la progettualità di enti locali o di organismi preposti alla valorizzazione turistica. La nuova formula s'è ampiamente diffusa e ormai da più anni affermata. Con costi accessibili a redditi medi, consente la fruizione del paesaggio collinare, in altitudini che non raggiungono livelli d'innevazione utili per gli sport invernali. Gioca su fattori d'attrazione prevalentemente di carattere culturale: gusto della riscoperta di paesaggi non segnati dall'impronta della grande città, borghi che conservano nelle strutture oltre che nella memoria tracce d'un protagonismo nella storia dell'Italia medievale e moderna, preesistenze agricolo-vinicole, tradizioni alimentari, architetture rurali.

La ri-scoperta dell'Appennino collinare ha fatto sì che agli originari insediamenti agrituristici in Toscana e Umbria se ne aggiungessero progressivamente altri, aprendo a questa forma di turismo nuovi spazi in Emilia-Romagna e Veneto e, al Sud, in Campania, sui rilievi irpini e sanniti, in Calabria, in Sicilia. Specie nel Sud, dove s'è sviluppato a livelli altimetrici anche più bassi, sovente in pianura, come in Puglia, l'agriturismo costituisce un'offerta complementare, se non concorrenziale, rispetto alle tradizionali direttrici volte alla fruizione dei paesaggi costieri. Una più recente tipologia di valorizzazione turistica di spazi marginali è quella legata alla pratica di uno sport che oggi, in Italia, può considerarsi ancora elitario, il golf, ma che in altri paesi, specie negli USA, va aprendosi a una molteplicità di fruitori. L'insediamento golfistico, che necessita d'ampi spazi per il campo da gioco – il *green* – e le strutture complementari – *club house*, parcheggi eccetera – dopo aver prescelto localizzazioni periurbane (Lombardia, Piemonte, Veneto, Roma), o a latere di nuovi complessi turistici (Sardegna), privilegia sempre più siti distanti dai centri urbani, finora rimasti estranei a tradizionali forme di utilizzazione turistica, tali, in qualche caso, da proporsi come offerta aggiuntiva rispetto a forme di valorizzazione agrituristica (Miani, 2004b). Realizzazioni, o progetti, riguardano tanto aree collinari (Toscana), quanto di pianura (Puglia, Sicilia).

Il ruolo del geografo. – Le poche parole di conclusione dopo queste brevi e generali riflessioni penso vadano dedicate a sottolineare gli apporti che i geografi del turismo possono offrire all'elaborazione (o alla correzione) di politiche di sviluppo turistico coerenti con la natura dei paesaggi. I paesaggi da valorizzare, e i paesaggi da riqualificare, con o senza quegli interventi che ho definito di «rottamazione».

Cogliere i segni profondi della cultura dei luoghi, il fitto intreccio tra micro-geografie e microstorie, è un compito al quale teorie e metodi della nostra disciplina ci hanno adeguatamente preparati. Così come a monitorare i rapporti tra costi e benefici di iniziative pubbliche e private volte a inserire nuovi spazi nel mercato turistico, o a modificare qualità e quantità di afflussi in aree già sedi di rilevanti attività turistiche.

In Italia, come ormai in gran parte d'Europa, qualsiasi intervento sul territorio va assunto in coerenza con norme e direttive di carattere comunitario: e naturalmente può trarre vantaggio da esse e dai finanziamenti che possono derivarne in aggiunta a quelli disponibili nei bilanci delle diverse regioni e agli investimenti privati. Siamo già abituati a esaminare problemi e prospettive d'ogni intervento sul territorio tenendo conto di effetti e ricadute a scala più vasta, regionale, interregionale. La dimensione europea diventa sempre più riferimento imprescindibile nell'elaborazione di qualsiasi intervento, sia alla scala del singolo sito sia in più complesse ipotesi di modelli a rete.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- ANDREOTTI G., *Alle origini del paesaggio culturale*, Milano, UNICOPLI, 1998.
- ASSUNTO R., *Il paesaggio e l'estetica*, Napoli, Giannini, 1973, vol. II.
- BARUCCI P. ed E. BECHERI, *Mezzogiorno e mediterraneità: evoluzione e prospettive dell'industria turistica nel Sud*, in DIPARTIMENTO DEL TURISMO, *VI Rapporto sul turismo italiano*, Roma, Mercury, 1995, pp. 533-577.
- CELANT A. e altri, *Gli apporti del turismo e il loro contributo alla formazione degli squilibri territoriali in Italia*, in C.M. COLANTONI (a cura di), *Turismo: una tappa per la ricerca*, Bologna, Pàtron, 1999, pp. 249-304.
- COMMISSIONE EUROPEA, *Per un turismo europeo di qualità. La gestione integrata della qualità delle destinazioni turistiche costiere*, Bruxelles, 2000.
- CORNA PELLEGRINI G. (a cura di), *Il turismo fra le culture del mondo*, Milano, Comunicazione 90, 1996.
- CROCE B., *Estetica*, Bari, Laterza, 1908.
- DARDEL E., *L'Homme et la Terre. Nature de la réalité géographique*, Parigi, PUF, 1952 (edizione italiana a cura di C. COPETA, Milano, UNICOPLI, 1986).
- «Il paesaggio italiano. Patrimonio, identità, gestione». *Atti del Convegno promosso dalla Società Geografica Italiana (Roma, 16 aprile 1999)*, in «BSGI», 1999, supplemento al fasc. 2.
- GEORGE P., *Temps longs et temps courts dans la pratique géographique*, in *Scritti in onore di A. Sestini*, Firenze, Società di Studi Geografici, 1982, I, pp. 454-461.

- INNOCENTI P., *Geografia del turismo*, Roma, Carocci, 2001.
- LEONE M. (a cura di), *Aree dismesse e verde urbano*, Bologna, Pàtron, 2003-2005, 2 voll.
- LOZATO-GIOTART J.-P., *Geografia del turismo. Dallo spazio vissuto allo spazio consumato*, Milano, F. Angeli, 1990.
- MANZI E., *Paesaggi come? Geografie, geo-fiction e altro*, Napoli, Loffredo, 2001.
- MAUTONE M. (a cura di), *I beni culturali, risorse per l'organizzazione del territorio*, Bologna, Pàtron, 2001.
- MAZZETTI E., *Capri, Ischia e Procida dal mito alla metropoli*, Napoli, Electa, 1999.
- MAZZETTI E., *Viaggi, paesaggi e personaggi del Sud e d'altrove*, Milano, UNICOPLI, 2001.
- MAZZETTI E., *Abitati costieri*, in *Italia, Atlante dei tipi geografici*, Firenze, IGM, 2004, tav. 106, pp. 498-501.
- MIANI F., *Globalizzazione metropolitana*, Parma, Azzali, 2004 (a).
- MIANI F., *Il turismo per lo sviluppo dei nuclei storici mediterranei*, in F. MIANI e V. ALBANESE, *Corso di economia e gestione delle risorse territoriali*, Parma, Azzali, 2004 (b), pp. 247-270.
- MUSCARÀ C., *Piani, parchi e paesaggi*, Roma-Bari, Laterza, 1995.
- PICCARDI S., *Il paesaggio culturale*, Bologna, Pàtron, 1986.
- POLLICE P., *Territori del turismo*, Milano, F. Angeli, 2002.
- ZERBI M.C., *Paesaggi della geografia*, Torino, Giappichelli, 1993.
- ZERBI M.C. (a cura di), *Il paesaggio tra ricerca e progetto*, Torino, Giappichelli, 1994.

CONSUMPTION AND REGENERATION OF TOURIST LANDSCAPE (HYPOTHESIS OF EXECUTIVE VIEWS). – With this article we aim at stressing all the contributions geographers can give in order to elaborate (or correct) tourist development policies in keeping with the nature of landscapes. In short, we explain action criteria on two main views: the revitalisation of landscapes in those areas whose tourist development is mature; the identification of landscapes to which new spaces of tourist development can correspond. In both cases, making the best of the cultural motive is vital in order to establish a different and more compatible tourist destination of places. We dwell upon the problem of requalifying spaces with striking alterations on landscape, which have obscured its aesthetic value: dismantled industrial areas in coastal towns; coastal belts where an intense linear urbanization has been developing. Where possible, and with adequate plans, the present structures have to be «scrapped», in order to give new town-planning orders to more or less wide territories, replacing old uses with new functions, more compatible with the nature of places, the economic reasons, and the life quality.

Università di Napoli «Federico II», Dipartimento di Analisi delle Dinamiche Ambientali e Territoriali

mazzetti@unina.it