

MeDeC\*

## **I bolognesi e il mondo**

### **Un sondaggio sui viaggi, le vacanze, l'immaginario geografico**

---

*Sommario: 0. Modalità dell'indagine; 1. Dromologie; Prologo; 1.1 Viaggiare; 1.2 Muoversi; 1.3 Salire a bordo; 1.4 Valicare i confini; 1.5 Parlare altre lingue; 1.6 Fare esperienza. L'esposizione internazionale: una sintesi per profili. 2. Geografia delle affinità elettive; Prologo; 2.1 I paesi europei: il fascino temperato della Francia; 2.2 Paesi extra-europei: gli States soprattutto, ma anche altri mondi; 2.3 Le città europee: Parigi, come ovvio; 2.4 Le città extra-europee: New York, naturalmente; 2.5 Le città italiane: Roma, Firenze, Venezia, come sempre. 3. Le vacanze; Prologo; 3.1 La casa di vacanza; 3.2 Una città di vacanzieri ?; 3.3 Tipi di vacanze: numero, durata, periodo, contesto; 3.4 Geografia delle vacanze; 3.5 In vacanza: con quali intermediari e con quale mezzo, con chi e in quale ricovero; 3.6 La sovranità dei consumatori: una tipologia. 4. I bolognesi e l'Unione Europea; Prologo; 4.1 L'Europa dei sacrifici e delle chances; 4.2 L'Europa sociale; 4.3 Le cittadinanze: da casa propria all'Europa. 5 Nuovi luoghi comuni on the world: sulle rotte dell'occidente neo-tecnologico e dei mari del sud; Una geo-conclusione.*

---

#### *0. Modalità dell'indagine*

*Nell'autunno-inverno del 1998 il Medec (Centro Demoscopico Metropolitano) ha svolto un sondaggio sul tema «I bolognesi e il mondo». Scopo dell'indagine era di cogliere la pratica e l'immaginario internazionale dei bolognesi. Sono state intervistate 1000 persone con più di 18 anni domiciliate nella provincia di Bologna, scelte in base ad un'estrazione sistematica con passo fisso di campionamento e stratificate per area territoriale, sesso e classe d'età. L'esecuzione dell'indagine è avvenuta tramite intervista telefonica sulla base di un questionario strutturato ed avvalendosi del sistema CATI (Computer Assisted Telephon Interview). Il sondaggio è stato concepito nell'ambito del progetto «Bologna city marketing» ed è il primo di tre ricerche programmate al fine di cogliere il posizionamento geo-sociologico dell'area bolognese nei flussi di interrelazione animati dalle popolazioni transittanti. Il secondo dei sondaggi verterà sull'imma-*

---

\* Rapporto curato da Fausto Anderlini. Indagine ed elaborazioni curate da Cristina Calizzani, Paola Varini e Michele Zanoni.

MeDeC

*gine di Bologna presso gli italiani, mentre il terzo indagherà la pratica e la percezione dell'area bolognese presso i visitatori stranieri.*

## 1. Dromologie

### Prologo

Viviamo in un'epoca decisamente dromologica. Per l'*homo viator* del passato, il viaggio, la mobilità, anche per spostamenti di gittata non necessariamente grande, costituivano esperienze di straordinaria rilevanza esistenziale ed erano perciò vissute con sgomento e trepidazione, tanto più in considerazione della totale insicurezza dei mezzi e delle vie di comunicazione.

La mobilità degli individui (migrazioni, pellegrinaggi, transumanze, commercio carovaniero, cam-pagne di conquista militari e missionarie, pionierismo e colonizzazione, ma anche i meno lontani *grand tour* culturali-epenziali dei rampolli dell'aristocrazia di sangue o censo e le imprese esplorative a carattere scientifico, geografiche, naturalistiche, antropologiche), corrispondeva a rotture profonde degli orizzonti spazio-temporali, sia oggettivi che soggettivi. Il viaggio spalancava le porte di *mondi nuovi*, fisici, ma anche eterei e spirituali (*renovatio*), oppure si inseriva nei macro-spazi e nelle dense e circolari lentezze delle grandi riproduzioni cicliche, tanto dell'organismo societario che della sovrastruttura simbolica.

Nel metabolismo delle società pre-moderne, proprio per l'intrinseca fissità delle loro *collocazioni*, sia laiche che sacre, il viaggio, come mutamento di *luogo*, era inscindibile da un duraturo e profondo mutamento dello *stato* e del *sè* dell'individuo.

Un posto di estremo rilievo, almeno sino al XVII secolo, avevano le figure erranti: i nomadi, i mendicanti, le torme itineranti di lebbrosi, monaci, prostitute di cui parla Huizinga nell'*Autunno del medioevo*, gli ebrei e i popoli della diaspora, ma anche, per certi aspetti, i commercianti di cui narra Pirenne e la sovrappopolazione di vagabondi e sradicati descritti nel grande affresco marxiano dell'accumulazione originaria nell'età moderna. La mobilità degli errabondi esprimeva l'altra faccia (necessaria) di società agrarie ancorate a collocazioni fisse e immutabili.

Queste figure vivevano a stretto contatto ed in osmosi con la società stanziale e molte di esse, come il povero ed il pellegrino, godevano di un'aura di sacralità e rispetto che era moralmente imposta dall'imperante precettistica cristologica. In tale contesto, il viaggio corrispondeva ad una crisi iniziatica nella quale il soggetto interessato usciva dalla localizzazione stanziale per assumere le vesti (emble-

matico il rito di «vestizione» del pellegrino all'atto d'inizio dell'*iter poenitentialis*) e la condizione delle popolazioni erranti.

Lo sviluppo del capitalismo ha avuto connotazioni paradossali: è avanzato tramite la creazione di una sovra-popolazione senza precedenti di sradicati d'ogni tipo nella stessa misura in cui ha proceduto al loro internamento, nell'età classica descritta da Foucault, in contro-luoghi segregati, staccandoli come un'escrescenza dall'osmosi delle localizzazioni pre-moderne. Proprio spianando lo spazio e imponendo una illimitata mobilità a uomini e fattori ha progressivamente banalizzato l'atto del viaggiare vanificando ogni idea dello stesso come attraversamento impegnativo di diversi ordini e confini localizzativi. Il sistema economico capitalistico è per sua natura un *perpetuum mobile*: cioè movimento senza mutamento, una vorticoso rotazione di capitale circolante dentro la spirale della «produzione per la produzione».

Se l'ottocento ed una buona parte del novecento sono state età di transizione, l'epoca attuale è totalmente secolarizzata. Per quanto l'individuo possa attribuirgli significati in certa misura analoghi a quelli dei predecessori, e nonostante la ripresa di grandi e drammatici processi migratori, il viaggio è divenuto da tempo, nella sua medietà, un'esperienza del tutto ovvia ed ordinaria. Esso appare, tutt'al più, come una micro-frattura, un'infinitesimale scansione dell'articolazione funzionale nelle innumerevoli *routines* che si intersecano nelle complesse dinamiche rotatorie dell'organismo sociale. Ne è comprova il fatto che tende a correlarsi in modo sistematico, quando è espressione di una scelta anziché di una obbligazione funzionale, all'uso del «tempo libero». Come il mangiare, il dormire, il riposo settimanale, esso è entrato nel «paniere» dei consumi quotidiani e delle necessità riproduttive bio-psichiche e intellettive. In questo contesto, se si fa astrazione da classi di viaggi particolari e necessariamente rare che conservano ancora parte degli antichi significati iniziatici, la nozione di «viaggio» sembrerebbe aver perso largamente di significato, tanto che risulterebbe più appropriato parlare di «spostamenti», «mobilità», «vacanze», «soggiorni». Del resto, grazie agli enormi progressi in merito all'accessibilità economica ed alla sicurezza dei mezzi di trasporto, viaggiare è divenuto un piacere (o una noia) ed una connotazione fra le tante, ed in più indispensabile, nella panoplia dello stile di vita. Sembrerebbe. E' bene tuttavia lasciare in sospenso il condizionale. Come verrà emergendo dall'indagine, infatti, molteplici manifestazioni di questa nuova quotidianità che consegue ad uno straordinario sfondamento «in avanti» dell'esperienza spazio-temporale, fanno presagire inattese e paradossali reversioni.

L'esperienza della post-modernità sembra infatti aprirsi ad un hegeliano mutamento della quantità in qualità dietro il quale si annunciano singolari e mutanti attualizzazioni dell'arcaica sacralità dromologica.

### 1.1 Viaggiare

Commento [f1]:

Viaggiare è bello. Come in tutte le cose in cui sono in ballo comportamenti ritenuti emblematici di uno status moderno e affluente, i bolognesi non sono secondi a nessuno: ben l'81,6 % ama viaggiare e considera il viaggio una attività molto (54,1 %) o abbastanza (27,5 %) piacevole. Per contrappasso c'è un 18,4 %, che è cifra residua in termini relativi, ma che rappresenta pur sempre quasi 150.000 persone sul complesso degli *over 18*, che si mostra renitente al viaggio e che continua ad avvertirlo, come in passato, alla stregua di un trauma, sicuramente come una fatica e probabilmente come un pericoloso azzardo verso l'ignoto. In un mondo in cui tutti si muovono e la mobilità è divenuta essa stessa un *diritto* e una pretesa, l'eccezione e lo scandalo sono espressi piuttosto, con un radicale rovesciamento rispetto al passato, da coloro che *stanno fermi*. Che si tratti di un gruppo con caratteri di marginalità e devianza rispetto agli *standard* di comportamento dei contemporanei, anziché di una componente *blasé* che disdegna il viaggio proprio in causa della sua ovvietà consumistica o che tematizza la *slow life* come uno stile alternativo, è testimoniato dalle caratteristiche socio-demografiche degli individui che lo impersonano. La sindrome sedentaria assume un peso rilevante, infatti, al crescere dell'età ed all'abbassarsi del livello di istruzione e del rango sociale, mentre è quasi del tutto assente nei giovani, nei laureati-diplomati, nei ceti superiori e negli studenti. E' interessante constatare, invece, come il viaggiare sia ancora più ambito e goduto dalle donne che dagli uomini: fatto che rivela la superiore curiosità femminile a fronte della pigrizia e dell'indolenza maschile, nonché il proporsi della mobilità come un ulteriore veicolo di emancipazione.

### 1.2 Muoversi

In automobile, pullman, treno, aereo, piroscifo. Anche per chi, recandosi in vacanza, agogna ad abbandonarsi ai piaceri ristoratori e insieme avventurosi del *trekking*, dell'escursionismo alpino, della vela e del *wind-surf*, del *ciclo-cross* o del *rally* auto-motociclistico, del volo eolico, dell'ippica o di qualche altra diavoleria fisico-motoria, è imprescindibile ricorrere a qualcuno di questi grandi e pesanti locomotori. Anche il più dinamico dei viaggi è sempre composto di due forme di mobilità: una strumentale, di trasferimento, necessariamente sostenuta con mezzi «pesanti», cioè di trasporto *strictu senso*, ed una relata al consumo finale, nella quale i mezzi sono necessariamente «leggeri» e funzionano come protesi ludico-meccaniche della motilità corporea.

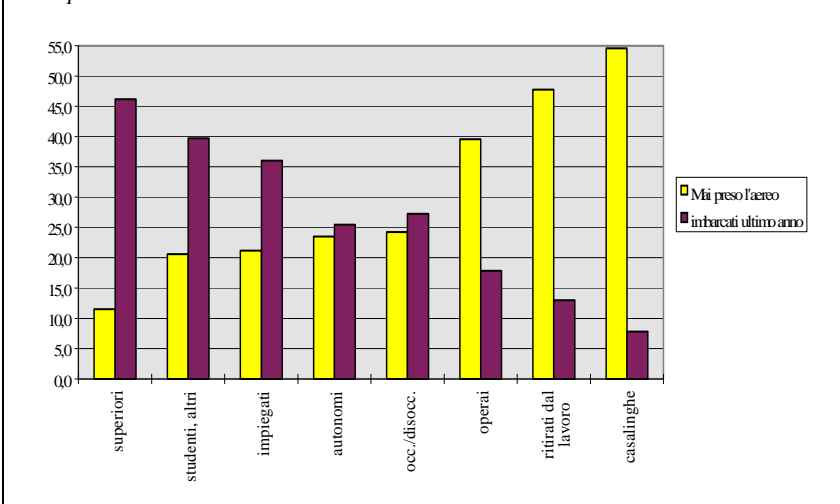
Poco più della metà degli intervistati (per l'esattezza il 51,9 %) durante i viaggi usa mettersi alla guida dell'automobile. Con ogni evidenza il viaggio ripristina il classico rapporto cavalleresco di gerarchia, con l'uomo alla guida e la dama nel ruolo di passeggero. La variabile discriminante è infatti costituita essenzialmente,

in tal caso, dal genere, talchè la percentuale dianzi indicata sale all'82,6 % nel caso degli uomini, mentre scema al 24,0 % in quello delle donne.

Quando si considera l'uso dell'aereo, il sondaggio rivela come esso sia un dato frequente presso il 26,8 % dei testati, più raro ed episodico nel 38 %, del tutto assente nel 35,2 %. Negli ultimi dodici mesi ha preso l'aereo, almeno una volta, una quota pari al 23,3 % della popolazione bolognese *over 18*.

Tradotta in termini assoluti questa cifra significa un aggregato di quasi 190.000 persone, 160.000 delle quali si sono recate almeno una volta all'aeroporto Marconi. Se si tien conto che il 41 % della popolazione con esperienza di volo è composto di utilizzatori assidui, e si ipotizza, come conseguenza, che almeno 65.000 persone si siano imbarcate al Marconi in media fra due e tre volte l'anno (che è ipotesi del tutto minimalista), arriviamo ad un movimento passeggeri che si aggira intorno ai 260.000 imbarchi annui. Ciò significa un flusso medio giornaliero di passeggeri residenti *in loco*, nel corso dell'anno, pari ad oltre 700 unità. Si tratta di dati la cui entità è veramente considerevole e che testimoniano la profonda interpenetrazione del *gate* aeroportuale con le consuetudini di spostamento della popolazione urbana locale. Per altro verso il dato conferma la straordinaria vastità del bacino d'utenza del Marconi dalla via che il movimento delle partenze si aggira, odiernamente, intorno ad 1.200.000 unità, di cui solo un quarto, come si è visto, di provenienza dal contesto provinciale.

Quota degli individui secondo la posizione sociale che non hanno mai preso un aereo e che lo hanno preso nel corso dell'ultimo anno



Se è la variabile di genere a condizionare in via esclusiva l'uso dell'automobile, nel caso dell'aereo entrano in gioco determinanti palesemente legate al reddito ed

MeDeC

al rango sociale, a conferma del carattere ancora élitario del mezzo. I più assidui, fra i passeggeri dell'aria, sono infatti i ceti superiori (59,6 %), i laureati (62,1 %), ed in subordine, impiegati ed autonomi. Gli operai costituiscono il fanalino di coda: quasi il 40 % di loro non ha mai preso un aereo - una cifra che è superata (e non di molto) solo dai pensionati e dalle casalinghe. Analoghe stratificazioni si notano considerando i viaggi aerei nell'anno trascorso.

### 1.3 Salire a bordo

Anche nelle attuali vesti di secolarità ed ordinarietà il viaggio implica sempre, in ogni caso, una qualche dose di ansietà e preoccupazione, se non altro per le fosche suggestioni catastrofiche che si accompagnano ad ogni mezzo di trasporto.

Nel passato la possibilità di tornare vivi dai viaggi, era un dato con altissimo margine d'incertezza. Oggi la situazione è cambiata, ma la sicurezza resta un elemento probabilistico.

Per la psiche umana, che è un calcolatore tutto speciale, il fatto che la probabilità di insuccesso sia assai bassa non ha un corrispettivo effetto consolatorio. Negli attimi che precedono la partenza la mente si popola, normalmente, di figure ambivalenti. Fra queste danzano sovente fantasmi di morte veri e propri, a riprova che il Viaggio resta pur sempre ancorato, mnesticamente, a qualche traccia iniziatica.

Il pregustamento dei godimenti che si associano al viaggio (le situazioni nuove, tanto più attraenti in quanto rassicurate dal *comfort* delle tecnologie trasportistiche) è facilmente interrotto da *flash* traumatici ed orrifici: l'impatto, il deragliamento e i loro grovigli strazianti di lamiere contorte, l'inabissamento, la precipitazione, l'annientamento. Il veicolo di viaggio si presenta allora nelle forme allucinatorie della *bara*, individuale o di gruppo, o del rogo crematorio.

Del resto il mezzo di trasporto moderno crea per il passeggero una situazione particolare dovuta al fatto che esso sta fermo dentro un veicolo che si muove a grande velocità, di norma sotto il comando di un estraneo e di una tecnologia di cui si ignorano i fondamenti.

Di qui due sensazioni psicologiche la cui convergenza può alimentare ingovernabili situazioni di panico: la claustrofobia dovuta alla condizione di costrittiva immobilità nell'abitacolo di viaggio e l'agorafobia prodotta dal repentino distacco dai campi spaziali quotidiani per entrare nella vastità ingovernabile degli elementi (spazio aereo, mare, illimitati corridoi d'asfalto).

Per misurare la paura che si accompagna all'uso reale o immaginario dei mezzi di trasporto, è stato chiesto agli intervistati di pronunciarsi, per ogni veicolo, su una scala compresa fra 1 (nessuna paura) e 10 (panico totale).

Se si analizzano i risultati sotto forma di medie aritmetiche, si vede come i mezzi più temuti siano l'aereo (4,1) e la nave (3,5). L'auto ed il pullman sono allo stesso livello (2,2), mentre il treno è percepito come il mezzo più sicuro (2,0). Questa scalazione dromo-fobica è determinata, naturalmente, dal diverso dosaggio con cui entrano in gioco le variabili chiave: la sicurezza obiettiva del mezzo (cosa che spiega la quasi assenza di timori riguardo al treno ed al pullman); i fantasmi dell'inconscio (la nota «paura di volare» e le angosce suggerite dal mare aperto, che spiegano le inquietudini legate all'aereo ed alla nave); la condizione di padronanza nella conduzione del veicolo (aspetto che spiega, in termini di un superiore *self-control*, la dimestichezza della gente con l'automobile, malgrado sia, obiettivamente, il mezzo più esposto all'incidentalità).

Le variabili di stratificazione che più condizionano il diverso impatto della paura nelle persone sono quelle relate all'età ed al sesso, specie con riferimento ai mezzi più critici come l'aereo e la nave: il tasso di paura, infatti, cresce sino a raddoppiare nel caso delle donne ed all'aumentare dell'età.

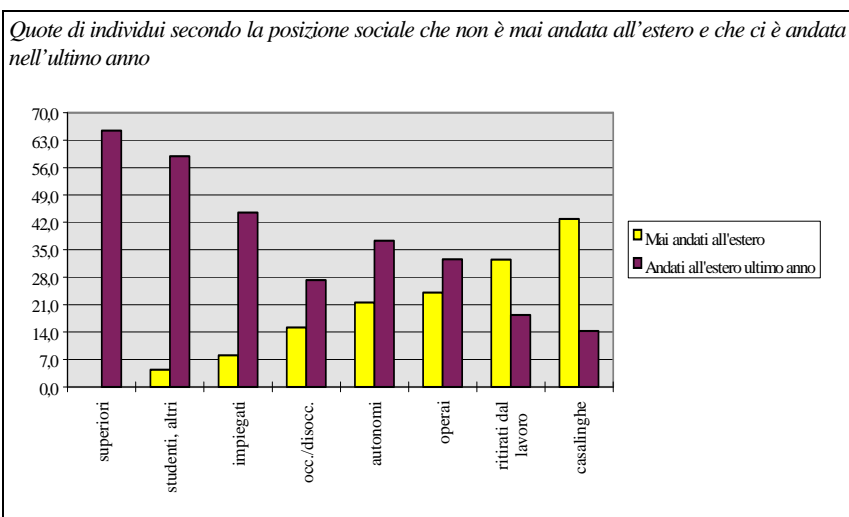
#### 1.4 Valicare confini

Il viaggio all'estero è il viaggio per antonomasia. Con l'attraversamento delle frontiere la distanza assume un significato non solo chilometrico, ma qualitativo. Malgrado il processo di fortissima convergenza delle culture materiali in atto nel mondo, il *limen* statale-nazionale costituisce ancora una barriera carica di significati oggettivi e simbolici non irrilevanti. Valicare questa frontiera significa pur sempre entrare a contatto con ambienti e mondi quotidiani (la lingua, i comportamenti, il paesaggio, l'architettura, gli usi ecc.) differenti rispetto ai caratteri nazionali dominanti. In più, per chi si reca all'estero provenendo da una condizione agiata (dunque non come bisognoso, cioè emigrante o profugo) il viaggio è l'occasione per esperire da posizioni privilegiate e dominanti (cioè di *signoria*) la condizione dello *straniero*: una sensazione di valore e rispetto, talvolta di potenza, che è tanto più netta e gratificante quanto più è alto, in termini di reddito procapite, il differenziale fra il paese d'origine e quello di destinazione. La frequenza dei viaggi all'estero è, nel mondo attuale, una componente fondamentale dell'uomo moderno e coltivato. La situazione che si crea è la stessa che oppone, in campo erotico, il *tombour de femme* libertino alla timidezza del complessato. Chi ne gode in dosi adeguate effonde un'immagine di sè compiutamente *blasée*, connotata dalla sicurezza e dalla padronanza, mentre chi ne difetta è consegnato in una situazione di domestica minorità che si manifesta impudicamente sia nella paura di viaggiare che nella condizione d'impaccio che rende le poche escursioni al di fuori dello spazio domestico un doloroso calvario.

Considerando la nudità dei dati inerenti ai viaggi all'estero ed ai paesi visitati emerge il quadro di una popolazione abbastanza versata sul mondo extra-nazionale. Solo il 21,7 % non si è mai recato all'estero, il 44,9 ha visitato almeno un paese europeo ed il 31,6, in aggiunta, anche paesi extra-europei. Nel corso dell'anno appena trascorso ha valicato i confini patrii ben il 32,5 % della popolazione, cioè, estrapolando sull'aggregato dei residenti con più di 18 anni, quasi 260.000 persone: una cifra davvero sbalorditiva.

Per il 38,8 % della popolazione l'esperienza di una mobilità extra-nazionale è un dato per nulla occasionale, tanto che si è replicato oltre le sei volte, ed analoga percentuale inerisce alle persone che hanno toccato almeno sei diversi paesi.

Nella stragrande maggioranza dei casi (90,3 %) il motivo delle frequentazioni estere è dato dal turismo, ma anche moventi secondari, come le occasioni d'affari e lavorative, gli stages culturali-formativi o le relazioni personali, si tengono su frequenze non irrilevanti (nell'ordine il 16,9, l'8,7 e l'8 %). Il movente economico-professionale tocca i valori massimi, come naturale, nelle classi anagrafiche giovani mature con elevati titoli scolastici e posizioni sociali superiori, mentre il soggiorno di studio è una prerogativa significativa dei giovani acculturati (nella coorte 18-24 giunge infatti a toccare il 35,3 % di coloro che si sono recati all'estero).



A prescindere dal turismo, una parte non trascurabile della popolazione bolognese sembra dunque essere inserita in profondità e con continuità nel reticolo delle relazioni trans-nazionali. Il soggiorno di studio e culturale, la missione economi-



co-professionale, la partecipazione a fiere e *meeting*, ma anche le frequentazioni amicali e parentali, segnalano infatti l'esistenza di forme di relazione a carattere ben più strutturato di quelle inerenti all'occasionalità del tempo libero. In questi campi espressivi entrano infatti in gioco dimensioni comunicative e di prossimità fra territori e persone che afferiscono a dinamiche integrative di tipo funzionale e sistemico, cioè «necessario». Esse si situano nei dispositivi ordinari della vita sociale, travalicando il circuito «dedicato» della ricettività turistica. Gli individui che nel corso della loro vita hanno sperimentato almeno una di tali relazioni sono pari, nel complesso, al 27,3 % della popolazione *over 18*, cifra che in termini assoluti è traducibile in quasi 220.000 appartenenti alla compagine bolognese.

### 1.5 Parlare altre lingue

A maggior ragione per le lingue, valgono le considerazioni svolte a proposito dei viaggi all'estero. Nella borsa di viaggio, la capacità di comprendere e parlare altre lingue, è lo strumento fondamentale per realizzare buone *performances* e salire nella scala di valutazione dell'uomo coltivato nell'epoca della globalizzazione.

Quasi il 60 % dei bolognesi dichiara una qualche conoscenza delle lingue straniere. Se si tien conto che il 42 % parla solo la lingua materna e che circa il 30 % non va oltre qualche conoscenza approssimativa, si deduce che il possesso pieno di almeno una lingua estera copre poco più di un quarto della popolazione, per l'esattezza il 28,4 %.

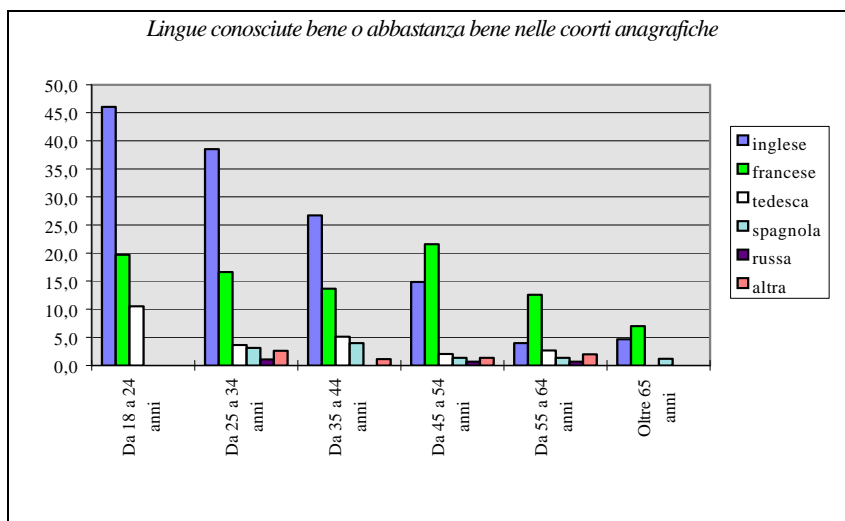
Questa componente multiglotta si compone di un 19,2 % che conosce bene o abbastanza bene una sola lingua (fatto che nel 5,9 % dei casi si associa alla conoscenza di un'altra lingua, ma ad un livello dilettantesco ed approssimativo) e di un 9,2 % che ne possiede ad un livello apprezzabile di approfondimento almeno due (talvolta, nel 3,2 % dei casi, anche in compagnia di qualche rudimento fonetico di altre lingue).

Le lingue più conosciute sono nell'ordine l'inglese (conosciuto dal 41,3 % della popolazione, di cui il 19,6 bene o abbastanza bene) ed il francese (32,4 % di cui il 14 % ad un buon livello). Segue a notevole distanza il tedesco, con il 7,2 % delle indicazioni (di cui bene il 3,1 %). Su frequenze minime si collocano infine lo spagnolo (3,2, che è una lingua poco studiata anche perchè di facilissimo apprendimento), il russo (0,6) ed altre lingue (1,3).

Se le lingue conosciute vengono messe alla prova delle coorti anagrafiche si può constatare come quella inglese, oltre che maggioritaria, sia anche la più nuova, moderna e giovanile, di contro alla vetustà, tipica da nobile decaduta, del francese, che è nettamente dominante negli strati maturi-anziani. La rilevanza della lingua «aggiunta» ha invece poco a che vedere con variabili di tipo socio-culturale,

MeDeC

come il sesso, la professione ed il titolo di studio, mentre la richiamata correlazione con l'età è la testimonianza di un dato di fatto utilitaristico, ovvero l'instaurarsi dell'inglese, in luogo del francese, come *medium* indiscusso delle transazioni internazionali.



La conoscenza delle lingue è, come naturale, una componente diretta della dotazione culturale di base, la quale sta in ovvia correlazione con l'età, il titolo di studio e la posizione sociale. Il possesso di almeno una lingua straniera cresce infatti al diminuire dell'età (oltre i 55 anni la quota dei monolingui sale oltre il 90 %, mentre al di sotto dei 35 anni essa scema a meno del 50 %), al crescere del titolo di studio (oltre il 70 % nei laureati) e della posizione sociale (oltre il 50 % nei ceti superiori e negli studenti). La differenza di genere è invece pressoché ininfluente, almeno nelle classi d'età giovani e mature. Queste inferenze statistiche sono del tutto prevedibili e stupisce semmai, in negativo, quel 30 % circa di laureati (57 % nei diplomati) privi di un adeguato corredo fonetico, ed in positivo quel 15 % di non titolati che parla almeno una lingua con una certa sicurezza. A parte il rilievo puramente indiziario di questi dati, che derivano da autovalutazioni soggettive degli intervistati, è evidente che il capitale scolastico convenzionale fornisce una base necessaria ma ampiamente insufficiente, di per sé, alla conoscenza linguistica. Per salire a livelli apprezzabili di conoscenza, se non d'eccellenza, il patrimonio istituzionale di cultura deve essere stimolato (o surrogato, quando non si dia) da un ambiente adeguato, ovvero da significative esperienze pratiche accadute al soggetto o ereditate dal lignaggio familiare.

### 1.6 Fare esperienza. L'esposizione internazionale: una sintesi per profili

Attraverso alcuni *items* utilizzati nel sondaggio si è proceduto a costruire un profilo sintetico dei bolognesi secondo la loro esposizione internazionale scalato linearmente in quattro classi. Allo scopo sono stati immessi in una analisi delle componenti principali i valori scalari corrispondenti a sei variabili: la conoscenza delle lingue, i viaggi all'estero, i paesi visitati, le città europee ed extra-europee conosciute, l'uso dell'aereo. Com'era ovvio attendersi, trattandosi di variabili tutte altamente inter-correlate, da questa analisi è sortito un fattore preponderante che spiega oltre il 60 % della varianza. Tutti gli individui del campione sono stati quindi raggruppati in quattro classi a seconda del punteggio ottenuto in merito al fattore, e più precisamente con esposizione internazionale *nulla* (< di -2), *bassa* (fra -2 e 0), *media* (fra 0 e 2), *alta* (> di 2).

Data la linearità della sagomatura è opportuno considerare innanzitutto i due profili estremi, cioè quelli emblematici dell'esposizione nulla e alta, i quali corrispondono a due gruppi sociali veri e propri: la classe bassa e la classe alta dell'internazionalizzazione.

Gli individui con esposizione *nulla* costituiscono una sorta di proletariato marginale della globalizzazione: si tratta infatti di coloro che sono consegnati in una condizione di assoluta domesticità (non hanno alcuna conoscenza linguistica, non hanno mai viaggiato o quasi al di fuori dei confini nazionali con il risultato di non avere alcuna esperienza diretta di città e nazioni straniere, che non hanno mai o quasi mai preso un aereo). Essi risultano pari al 30 % esatto della popolazione over 18, cioè, in termini proiettivi, a circa 240.000 individui, che è, come si può comprendere, una bella cifra. Gli individui con esposizione nulla costituiscono un gruppo relativamente vasto e pervasivo, ma con un *identikit* socio-demografico medio chiaramente identificabile con le fasce più deboli e marginali della popolazione: persone in età avanzata, specie donne, con bassi titoli di studio, dunque, in netta prevalenza, pensionati e casalinghe, ma anche operai, con chiara marcatura di quelli ubicati nell'*umland* provinciale. E' evidente che la spinta all'emarginazione viene essenzialmente da fattori di tipo economico (emblematico in tal senso il caso degli operai), ma è vero che tale condizione, per una parte rilevante, tende a cronicizzarsi rafforzandosi come vera e propria auto-eclusione culturale. Molti di questi individui, non solo sono inibiti a viaggiare dalle costrizioni economiche, ma finiscono per coltivare melanconicamente un modo di vita timoroso e chiuso nel proprio mondo domestico. Ne è comprova il fatto che circa il 40 % degli individui con esposizione internazionale nulla dichiara di non amare i viaggi e che percentuali ancora più consistenti di essi sono letteralmente terrorizzati di fronte all'eventualità di prendere un aereo o un piro-scafo.

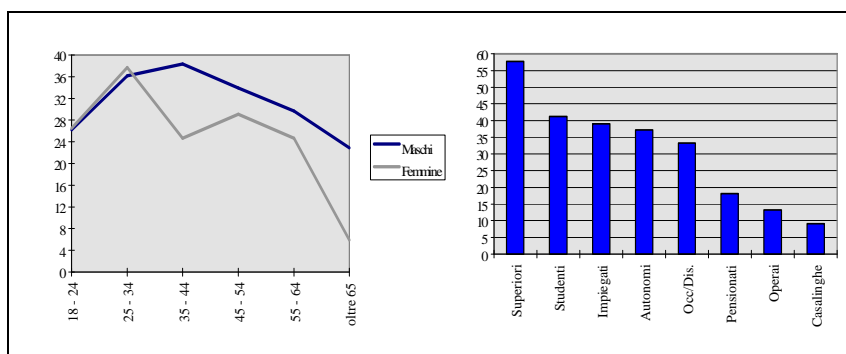
MeDeC

All'altro polo della stratificazione si pongono gli individui con *alta* esposizione internazionale: l'*élite* che più fedelmente interpreta uno stile di vita «globale», coloro che «conoscono il mondo», parlano con sicurezza altre lingue, volano con assiduità. Essi sono pari a più di un quarto della popolazione (26,8 %, per un totale stimabile di oltre 210.000 persone). Si tratta dunque di una «*élite* di massa» il cui profilo è tratteggiato in prevalenza dalle coorti anagrafiche giovani-mature (fra i 25 ed i 55 anni, più maschili che femminili, più urbane che suburbane) e, massicciamente, dalle persone titolate (con laurea) e dislocate nelle cerchie sociali apicali e medio-alte (ceti superiori, studenti, più in subordine, impiegati ed autonomi).

Fra gli estremi posti dai *lumpen* e dall'aristocrazia della globalizzazione si colloca un vasto «ceto medio» che assomma al 43,2 % della popolazione e che è suddivisibile, a sua volta, in uno strato inferiore (gruppo con esposizione internazionale *bassa*) pari al 23,1 %, ed in uno strato superiore (esposizione *media*: 20,1 %). Si tratta, come naturale, di due raggruppamenti di transizione, con una profilatura socio-demografica composita e strutturata in posizione mediana fra le due classi estreme. In entrambi i casi si può distinguere una componente stabile, destinata a restare confinata su bassi o medi valori espositivi (coloro che resteranno ancorati in una posizione marginale, appena sfiorata dalla globalizzazione) ed una componente dinamica la cui esposizione è suscettiva di un forte ampliamento con l'andar del tempo. E' emblematica, in tal senso, la situazione della coorte anagrafica più giovane (18-25 anni). I bassi *scores* totalizzati da questa coorte sulla componente dell'esposizione internazionale trovano spiegazione, infatti, nell'ancora insufficiente accumulo di esperienze.

Una considerazione un poco più approfondita merita il raggruppamento femminile. Questo sembrerebbe afflitto da una più incidente condizione di marginalità (solo il 22,5 % con punteggi alti, e ben il 35,1 % con punteggi nulli). Ciò lascerebbe supporre l'azione dei noti fattori di esclusione sociale. In realtà, come si può capire meglio osservando il variare dell'esposizione internazionale in funzione delle coorti anagrafiche, tali fattori agiscono con una certa nettezza solo in relazione alle classi d'età più anziane, molto di meno in quelle mature. Scompaiono poi del tutto nel caso delle giovani donne con meno di 35 anni, dove si registra una quasi integrale eguaglianza di *chances* fra i due generi.

Quota di individui con alta esposizione internazionale nelle coorti anagrafiche secondo il sesso	Quota di individui con alta esposizione internazionale nei gruppi sociali
---	--



## 2. Geografia delle affinità elettive

### Prologo

Sorvolando sulle innumerevoli collocazioni cetuali, le remote società agrarie erano suddivise, in linea generale, in due componenti nettamente marcate: da un lato la macro-società dei produttori agricoli, forzatamente ancorata alla terra e costretta nell'idiotismo locale, dall'altro l'elitaria società del libro, per sua natura universalistica e sovra-locale.

Almeno sino al definitivo trapasso dell'economia fondata sul primato dell'agricoltura, che si compie forse ancora più in là dell'epoca industriale e del primo turismo di massa, cioè al momento della comparsa del *jet* e della televisione, l'esperienza dello spazio geografico extra-nazionale era un dato pratico e speculativo appannaggio di un ristretto numero di persone.

La conoscenza geografica, cioè l'insieme delle notazioni descrittive relative a luoghi lontani, nazioni, paesi, etnie, città, dall'età ellenistica di Strabone sino ad ottocento inoltrato, trovava espressione nella trascrizione odeporea di un accumulo di esperienze di viaggio condotte da un variegato ceto di letterati di varie discipline. Il racconto odeporeo era un testo integrale ed onnicomprensivo che spaziava senza alcuna riserva disciplinare su più piani (dalle osservazioni naturalistiche a quelle politiche, estetiche e socio-antropologiche) e che ricomprendeva nello stesso tempo, come in un diario, la soggettività dell'osservatore. A questa immedesimazione non si sottraevano neppure i viaggiatori dei *grand tour* ottocenteschi più impegnati di spirito positivistico e portati ad enfatizzare l'osservazione tassonomica. La geografia risultante da tali racconti era immancabilmente una «geografia della percezione», dalla quale tralucevano con immediatezza pregiudizi ed idiosincrasie, oppure simpatia ed immedesimazione. L'*outsider* si tramutava inesorabilmente in un *insider* appassionato. Dentro l'annotazione filtrava la comparazione e la scelta di campo.

MeDeC

Oggi, anche se i racconti odepotici sono stati consegnati nelle librerie come *chic-cherie* letterarie per essere sostituiti a scala industriale dalle guide e dai *depliants* dei *tour operator*, il turismo di massa ha permesso una straordinaria generalizzazione dell'esperienza osservativa diretta che era un tempo un attributo esclusivo della letteratura signorile.

Legioni di individui sono divenuti portatori di una loro geografia della percezione. E laddove non arriva l'individuo con le sue gambe vengono in soccorso i suggerimenti invasivi ed inculturanti dei *media*: i giornali, i rotocalchi, soprattutto la televisione. Ogni persona è perciò divenuta depositaria di una propria *Weltanschauung* geografica che sviluppa felicemente dalla geo-politica al diritto costituzionale comparato, dal paesaggio storico e naturale ai *mores* delle popolazioni. Un uomo coltivato è un uomo che sa dirti con sicurezza, se interrogato, a quale nazione o città vanno le sue preferenze o la sua repulsione. Ogni uomo comune è in possesso di un sistema generale di pre-giudizi geografico-culturali che servono ad orientarlo nella vastità del mondo e a definirne, per comparazione differenziante o immedesimante, l'identità. La definizione del *sè* geo-sociologico presuppone una qualche identificazione degli innumerevoli *alii* geo-sociologici che animano il mondo.

Vedremo ora, sotto forma di una rilevazione delle più immediate «affinità elettive», quali sono le configurazioni prevalenti di questi rapporti fra il *sè* e gli *alii* presso la popolazione bolognese.

Allo scopo il sondaggio ha interrogato la popolazione campionaria circa le conoscenze, le preferenze e le identificazioni relative ai paesi europei ed extra-europei inquadrati sotto diversi aspetti: socio-politici, estetico-paesaggistici e del modo di vita. Analoghi quesiti sono stati inoltre avanzati con riferimento alle città amate, desiderate, frequentate: europee, extra-europee, italiane. I paragrafi che seguono sono altrettante mappature dell'immaginario geografico dei bolognesi.

### 2.1. I paesi europei: il fascino temperato della Francia

Quali sono dunque i paesi europei preferiti? I paesi percepiti come «guida» ed «esempio» dal lato del modello politico-sociale, del modo di vita e delle bellezze storico-paesaggistiche? In proposito non ci sono dubbi, e su tutti e tre gli *items*: la Francia, la Francia, la Francia, con valori che facendo astrazione dai non rispondenti toccano le seguenti punte percentuali: 28,3, 25,3, 38,7.

Il primato affettivo della Francia ha dunque caratteri onnicomprensivi ed è da attribuirsi, con ogni evidenza, ad affinità consegnate nell'immaginario «comune» dei bolognesi (nonchè, verosimilmente, degli italiani) e rafforzate da una cuginanza che ha radici storiche e geo-culturali profonde. La Francia - paese latino le cui istituzioni rivoluzionarie hanno avuto rilevanti riflessi nella modernizzazione

socio-politica della regione gallo-italica padana e nel modello di unificazione nazionale; che è percepita come paese di transizione e di ottimale *mélange* fra ingredienti nordici e meridionali, mediterranei ed atlantici, con i suoi mirabili paesaggi e la ricercatezza culturale, con il suo raffinato stile improntato dalla laicità e dalla leggerezza della *joie de vivre* .....

La supremazia della Francia, per quanto chiara e marcata, non ha tuttavia caratteri esclusivi. La priorità, che è assai netta nel giudizio estetico, assume toni temperati sia nel caso del modello politico-sociale che in quello del modo di vita. Quanto al modello politico-sociale, anzi, emerge un certo pluralismo di orientamenti: al tipo britannico (sempre escludendo i non rispondenti, che su questo *item* sono peraltro numerosi toccando il 62,5 %) va infatti il 18,4 % dei consensi, alla Germania il 14,4, ai paesi alpini (Svizzera e Austria in modo pressochè equivalente) il 12,3, all'area Iberica (essenzialmente la Spagna) il 9,3, ed ancora il 9,1 all'area scandinava. Su frequenze residue si collocano invece i paesi dell'Est europeo, del Benelux e del Mediterraneo orientale <sup>1</sup>.

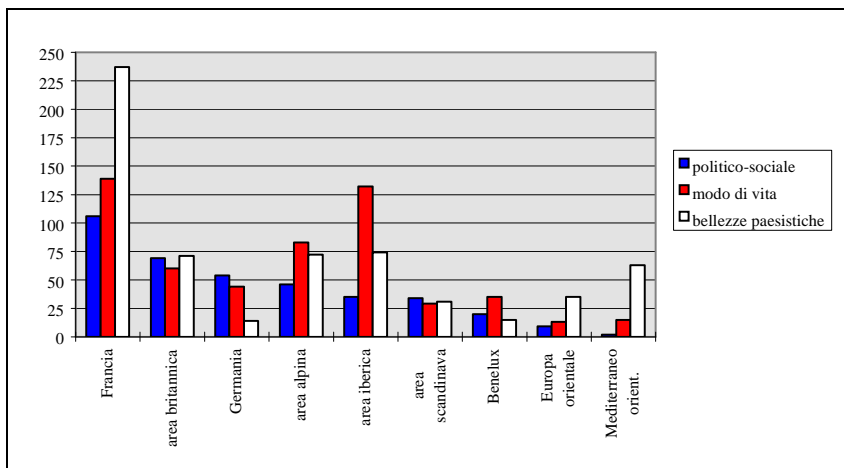
Circa il modello di vita il primato francese è quasi eguagliato da quello iberico, che tocca ben il 24 % dei consensi. Su questo piano va inoltre segnalata la crescita, sino al 15,1 % delle indicazioni, dei paesi alpini confinanti, mentre tutte le altre aree geo-culturali (specie quella tedesca, britannica e scandinava) tendono ad un forte ridimensionamento rispetto alle frequenze ottenute con riguardo ai modelli socio-politici.

La scalata nelle preferenze delle società latine, passando dalla sfera geo-politica a quella della cultura materiale, si modifica sensibilmente quando entrano in campo i giudizi sulle bellezze storico-paesaggistiche. Alla straordinaria emersione della Francia corrisponde infatti un netto declino dei paesi iberici, mentre sale (oltre il 10 %) l'area altrimenti negletta dei paesi che si affacciano sull'Egeo (in specie la Grecia).

Scemano di converso le preferenze riservate ai paesi nordici (l'area britannica, fra questi, conoscerebbe un calo verticale se non fosse compensata dalla buona *performance* dell'Irlanda) e tengono con fatica i paesi alpini.

*Paesi-guida indicati secondo i modelli politico-sociale, modo di vita e bellezze paesistiche (valori in per mille)*

<sup>1</sup> Per permettere una più agevole lettura delle risultanze, minimizzando la dispersione delle indicazioni marginali, i diversi paesi, con l'eccezione di Francia e Germania, sono stati raggruppati, con ovvie forzature, nelle seguenti aree multi-nazionali: Area britannica (Irlanda e Regno Unito, con quest'ultimo in posizione dominante); Area Iberica (Spagna, nettamente prevalente, e Portogallo); Benelux (Olanda, Belgio, Lussemburgo); Paesi Alpini (Svizzera ed Austria, con frequenze pressochè equivalenti); Area scandinava (Svezia, Danimarca, Norvegia, Finlandia, Islanda); Mediterraneo orientale (Grecia e Turchia europea); Est Europeo (gli altri paesi).



Ci sono variazioni significative di queste preferenze in rapporto alle classiche posizioni socio-demografiche? Prima di illustrare alcune interessanti inferenze è opportuno richiamare due aspetti di sfondo. Il primo di questi, del tutto ovvio, è che la quota di non rispondenti cresce passando dalle tematiche più abordabili (come l'attrattività estetica dei paesi, per la quale le non risposte sono meno del 40%) a quelle più complesse (come il regime socio-politico: *item* che registra una caduta pari ad oltre il 60%). Va da sé, in proposito, che l'incapacità di esprimere un giudizio è massima presso le persone anziane, con bassi titoli di studio ed occupazioni di scarso rango, nonché nulla o limitata esposizione internazionale. Il secondo rilievo riguarda l'effettiva conoscenza del paese di volta in volta individuato come preferenziale. Qui è interessante constatare come ci sia una quota che si aggira su un terzo degli intervistati che formula opzioni puramente speculative o immaginarie dalla via che costoro non hanno mai visitato il paese indicato. Il dato, per nulla paradossale, rende conto di un aspetto già richiamato e tipico della modernità, cioè lo strutturarsi di un insieme di pregiudizi geo-culturali su basi non empiriche, ma puramente immaginarie.

Quanto alla rilevanza socio-demografica delle diverse opzioni ci sono da segnalare alcune significative corrispondenze. Per quanto diffuso e generalizzato il primato francese è infatti battuto o contenuto con forza presso alcuni strati della popolazione. L'opzione britannica, specie in campo socio-politico, risulta infatti la prima nel caso dei giovani under 24 e degli studenti. Quella germanica, per contro, sempre in campo socio-politico, tocca valori considerevoli presso gli operai e le persone con basso livello d'istruzione. L'area alpina vede crescere le preferenze ad essa dedicate (ed in modo assai marcato circa il modo di vita) in corrispon-



denza delle persone anziane over 55 e, quindi, correlativamente, dei pensionati e delle casalinghe.

Il modo di vita iberico, infine, risulta universalmente apprezzato, ma con un'intensità veramente considerevole nel caso delle persone giovani-mature (fra i 25 ed i 44 anni), dotate di laurea ed occupate nelle cerchie superiori e quindi, con alta esposizione internazionale.

Al di sotto della condivisa cuginanza francese, emergono dunque alcune linee espressive non casuali e dotate di uno spessore differenziante il cui significato sembra allusivamente interpretabile, proprio in termini di «geo-politica percettiva». E' emblematica, sotto questo profilo, l'attrazione provata dai giovanissimi scolarizzati (che sono, come si ricorderà prevalentemente anglofoni) ed il mondo anglosassone, individuato, verosimilmente, come emblematico di un certo tipo di modernità. Prescindendo da Tony Blair e da noti stereotipi musical-culturali, è probabile che tale percezione sia orientata da suggestioni che vengono da un modello societario più improntato dal privatismo di mercato e dal decisionismo politico in *stile Westminster*. Come emblematica è, all'opposto, la tendenza pro-germanica che si nota presso alcuni strati operai, evidentemente attratti dalle modalità industrialiste e dal welfare consensualistico che sono prerogative qualificanti del *made in Deutsch*.

Ma significativa è anche la superiore gravitazione verso i paesi alpini (Svizzera ed Austria) di pensionati, casalinghe e, più generalmente, degli strati anagrafici anziani.

E' probabile che l'attrattività di tali paesi - entrambi piccoli, appartati e con alto livello di ordine e benessere - effonda dal carattere localistico, ordinato, solido e vetusto insieme, comunitario, che ne impronta il modello politico (federalistico) e lo stile di vita. E cosippure significativo è l'apprezzamento delle persone giovani-mature, socialmente affermate e con una buona conoscenza del mondo, dunque con una buona capacità comparativa di giudizio, verso lo stile di vita iberico-latino: estroverso, conviviale, gestuale, immediato (come quello nazionale) ma sostenuto dal tipico orgoglio *hispanico*.

Neo-liberismo maggioritario (Gran Bretagna), razionalità produttiva e regolazione sociale su basi cooperative (Germania), localismo ordinato e rassicurante (paesi alpini), edonismo conviviale (Spagna), sembrerebbero dunque porsi, in tal senso, come polarità di riferimento certo subordinate rispetto al modello francese ed allo stile di vita franco-iberico, ma con una forte capacità attrattiva verso strati sociali divaricati come sono, nell'ordine di riferimento, i giovani scolarizzati, gli operai, le persone anziane-inattive, le persone giovani-mature con alta esposizione internazionale.

2.2 Paesi extra-europei: gli States soprattutto, ma anche altri mondi

Alla domanda circa il paese extra-europeo fonte di maggiore attrazione e curiosità, ha risposto il 71 % degli intervistati. Di questi la quasi totalità (cioè i quattro quinti) ha fornito indicazioni puramente fantastiche, non avendo mai visitato il paese dichiarato. La mappatura che ne risulta è perciò una sorta di «geografia della suggestione» in capo alla quale risalta, innanzitutto, il primato degli Stati Uniti (195 indicazioni su 1000 intervistati), seguiti a grande distanza da Australia (85), Egitto (62), Cuba ed isole caraibiche (43), Messico e Canada (35 indicazioni ciascuno), Cina (30), Brasile (22).

Una ritraduzione delle indicazioni nazionali per grandi aggregazioni geografiche, vede al primo posto ciò che potrebbe essere definito come l'immaginario dei *grandi spazi naturalistici ultra-oceanici associati alla cultura della modernità neo-tecnologica*, ovvero Stati Uniti, Canada, Australia e Nuova Zelanda che assieme totalizzano quasi la metà delle indicazioni (per l'esattezza il 46,7 %, facendo astrazione dai non rispondenti). Al secondo posto, a notevole distanza con il 24 %, è collocabile l'aggregazione di una pluralità di indicazioni minori che possono essere interpretate come espressive dei *mondi della grande tradizione e dell'esoterismo culturale*: i paesi islamici e dell'area indo-tibetana, il sud-est asiatico, la Cina e il Giappone (in questi ultimi casi con qualche forzatura tassonomica data la compresenza di fortissimi elementi di modernità). Al terzo posto, con il 18,9 % dei consensi, il *mondo latino-americano*: macro-dimensione in sé assai composita e ricca di contrasti (tradizione e mistero, terre vergini e solarità tropicale, modernità e archeologia...) ma indubbiamente accomunata da un proprio *humus* identificante. Scontata la quasi inesistenza dell'ex Unione sovietica e delle sue dismesse repubbliche (solo l'1,5 % delle indicazioni), al quarto ed ultimo posto, con l'8,9 %, si dispone il gruppo (esso sì veramente eterogeneo) costituito dai paesi dell'Africa continentale e dalle isole sub-tropicali (dell'oceano Indiano e del Pacifico): mondi vergini, lontani e inaccessibili che potrebbero essere accomunati all'insegna del *mistero e dell'esotismo*.

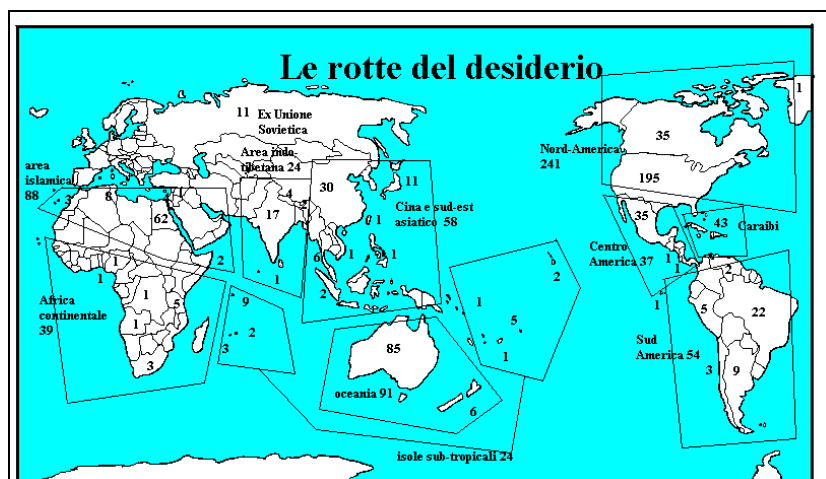
Il magnetismo che orienta la bussola dell'immaginario macro-geografico è dunque emanato con schiacciante supremazia dal mondo (soprattutto atlantico) della modernità, sociale e tecnologica.

Rispetto a questo riferimento conservano tuttavia una consistenza surrogatoria non trascurabile altri mondi, che parlano, esattamente a contrario, il linguaggio evocativo della tradizione, del mistero, del folklore e della corporeità, dell'esoterismo e dell'esotismo.

A ben vedere queste due dimensioni tendenzialmente divaricate, l'una volta al futuro, l'altra al passato o a varianti dello spazio-tempo comunque «liberate» dalla gabbia tecno-economica, hanno un peso pressochè equivalente, ma è indubbio che la prima opzione è comunque assai netta e compatta, unidimensionata al seguito di un indiscusso, mitico, paese guida (gli *States*), mentre la seconda

è assai più frammentata, eterogenea e divagante. Stupisce constatare, inoltre, come l'intensità di tali mondi immaginari non vari significativamente nei diversi strati socio-demografici, se si fa astrazione da una certa prevalenza, presso i giovani *under 34* e gli studenti, del mondo latino-americano. Un'ipotesi che si può formulare in proposito è che l'immaginario macro-geo-grafico, inteso come magnetismo mentale dei mondi «altri», ha a che vedere con stratificazioni della coscienza (profonde o superficiali) dotate di un'autonoma forza evasiva ed irrelate rispetto alle differenziazioni di stato socio-demografiche.

L'unica vera distinzione con una base causale di tipo strutturale è quella che intercorre tra chi è animato da queste pulsioni evasive e la minoranza (pari al 29 %) chi ne è sostanzialmente priva. E questi ultimi, come ovvio, sono, nella loro maggioranza, sempre gli stessi, e cioè anziani, pensionati, casalinghe, persone non titolate e sedentarie, con esposizione internazionale nulla.



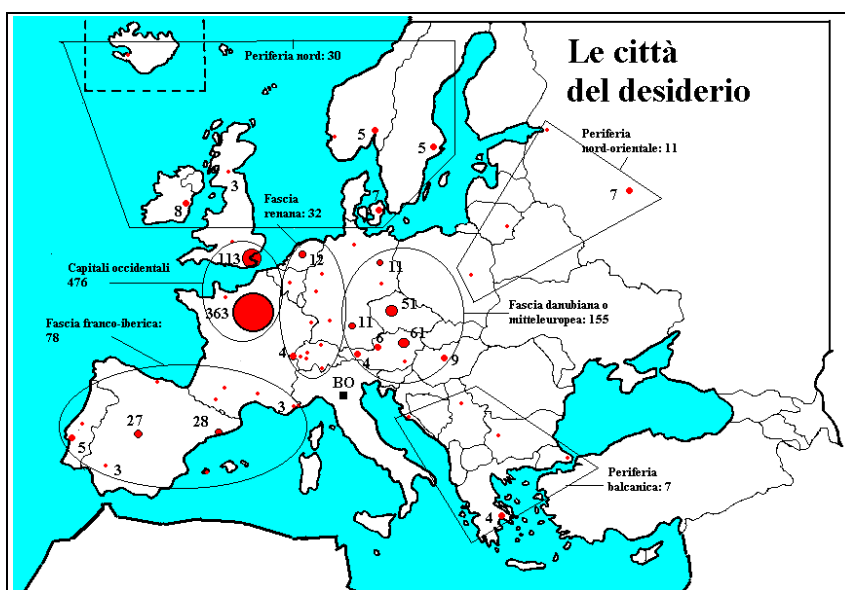
### 2.3 Le città europee: Parigi, come ovvio

Nella percezione comune l'Europa è individuata essenzialmente come una grande rete di città, prima ed assai di più che come un insieme di nazioni. Il «vuoto d'immagine», quando la popolazione è interrogata sulle città, è infatti ridottissimo (pari a poco più del 20 %), mentre sale al 39, al 45 ed al 63 %, come si è visto, quando sono in gioco caratteri geografici di tipo nazionale.

Vediamo innanzitutto quali sono le «città desiderate» (nelle quali si tornerebbe volentieri o nelle quali ci si recherebbe sospinti da un *transfert* affettivo puramente fantastico, a prescindere dal fatto di averle mai frequentate), ovvero le città dell'immaginario urbano.

MeDeC

Anche in tal caso emerge con immediatezza prorompente la primazia di Parigi (ben 363 indicazioni, pari al 45,8 % dei rispondenti al quesito e cioè 792 persone su 1000). A questa fanno seguito a distanza via via crescente, nell'ordine: Londra (113, 14,3 %), Vienna (61 indicazioni), Praga (51), Barcellona (28), Madrid (27). Nel complesso a queste grandi città europee va ben l'83,1 % dei consensi. Fra le restanti indicazioni pari al 17 % oltre la metà (il 9 %) va ad altre capitali europee (nell'ordine: Amsterdam, Berlino, Budapest, Dublino, Copenaghen, Mosca, Stoccolma, Oslo, Lisbona ed Atene).



Nel complesso se si prescinde dalle *world cities* occidentali, Parigi e Londra, la maggiore suggestione è esercitata dalle città dell'area danubiana-mitteleuropea (19,4%) ed in subordine da quelle dell'area franco-provenzale ed iberica (9,8%). Su valori assai contenuti si collocano i raggruppamenti delle città della fascia renano-lotaringica (12 città, con un tasso di attrazione pari al 4 %) e della periferia nord-europea (4%), mentre del tutto residuali sono le indicazioni relative alle estreme periferie dei balcani e dell'europa nord-orientale. In estrema sintesi l'immaginario urbano dei bolognesi è composto dai nomi di oltre 50 città e si muove su tre grandi direttrici geografiche: quella nord-occidentale delle grandi capitali europee, che è asse nettamente dominante; quella danubiana mitteleuropea che ha spessore significativo, e quella, subordinata, sud-occidentale (franco-provenzale ed iberica).

Ci sono interessanti variazioni legate alle variabili socio-demografiche. Il primo aspetto che merita menzione è il reiterarsi di un fenomeno già richiamato, ovvero la propensione anglo-sassone della coorte anagrafica dei giovanissimi under 24 e degli studenti, presso i quali la prima indicazione non è Parigi bensì Londra. A questa inclinazione è corrispettiva, al polo opposto, la superiore attrazione esercitata da Vienna sulle coorti anagrafiche più anziane e sui pensionati, mentre Praga è assai apprezzata dalle persone con titoli di studio elevato. Le città della fascia renana, infine, ottengono riscontri più elevati presso i ceti superiori. Se volessimo tradurre queste correlazioni come altrettanti accoppiamenti sensoriali e di gusto, dovremmo dunque parlare di Parigi come di una *città totale*, buona per tutti palati: un grande ed onnicomprensivo archetipo urbano che da Baudelaire e Benjamin si è ormai effuso sino all'ultimo degli uomini comuni. Di Londra come simbolo di modernità e di apprendimento giovanile. Di Vienna come città *fin de siècle*, città del ricordo, anziana e melanconica. Di Praga come scoperta intellettuale, città della raffinatezza culturale, misterica e barocca, versione gaia e scherzosa della decadenza mitteleuropea. Ogni città - è noto - è legata a qualche stereotipica immagine identificante ed a tonalità letterarie del tipo di quelle appena elencate. L'indagine sembrerebbe dunque dimostrare come questi stereotipi siano consegnati con coerenza non solo nel senso comune ma anche in proprie, dedicate, stratificazioni socio-demografiche. Del resto Parigi, Londra, Vienna e Praga sono città dotate di una straordinaria forza di seduzione. Ne è comprova il fatto che quasi la metà di coloro che le hanno indicate non vi si sono mai recati. Sono dunque città dell'immaginario, la cui fama precede l'esperienza, anche se coloro che le hanno visitate tendono poi a tornarci ripetutamente sino a farne una consuetudine (oltre il 20 % dei visitatori vi si è recato più di 4 volte). Dunque non solo città dell'immaginario, ma anche città dell'interrogazione e della «serendipità», mai definitivamente esplorate, che si offrono sempre nuove ad ospiti che ambiscono, in qualche misura, a divenirne anche cittadini ideali.

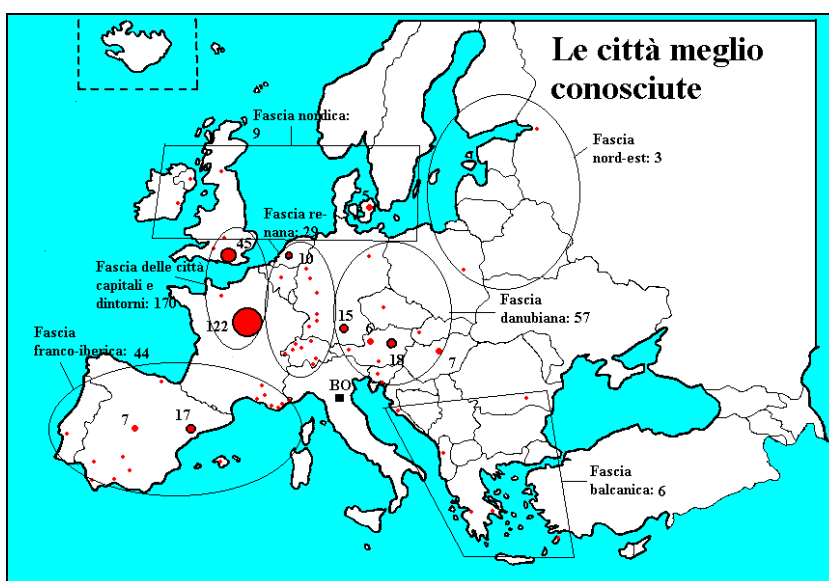
Questa duplicità dell'identificazione urbana - la *città-patria* nella quale si vive e che definisce la scala locale, e la *città d'adozione*, che è per antonomasia città-mondo, riferimento virtuale e punto estremo di osservazione sospeso sulla globalità - è del resto un tratto tipico della coscienza moderna. Un tempo il cosmopolitismo individuale era un attributo del tutto elitario, appannaggio delle aristocrazie intellettuali, oggi, come si vede, comincia ad essere un tratto diffuso e comune della personalità.

Diversa è la situazione afferente a numerose altre città verso le quali si indirizzano segnalazioni minori e sporadiche, come Barcellona, le città renane o franco-iberiche. Queste infatti tendono a cristallizzarsi come immagini, e dunque come città riconosciute ed amate, solo in quanto sono state direttamente esperite. In corrispondenza di esse il tasso di immaginazione scende infatti su valori compre-

MeDeC

si fra il 20 ed il 30 %. Sovente, infatti, ci si imbatte in queste città non perchè attratti dalle sirene del turismo e dai veicoli pubblicitari, ma per necessità funzionali, di studio e di lavoro che portano a scoprirne lo *charme* e ad affezionarsi.

Se si passa dall'immaginario urbano all'effettualità dell'esperienza urbana (le città "meglio conosciute") si constata una divergenza singolare: da un lato il crollo delle indicazioni, come ovvio, dal 79 al 32 % (che è cifra comunque ragguardevole poichè segnala che oltre 250.000 cittadini bolognesi, pure in una logica di auto-certificazione, hanno acquisito una certa dimestichezza con altre città europee); dall'altro lato aumenta il numero delle città coinvolte (da 50 a 59).



Le città interessate ad una più vistosa restrizione di segnalazioni sono, non per caso, quelle dell'immaginario, e cioè Parigi, Londra, Vienna, Praga (soprattutto), cosa che non accade per le località minori della fascia renana e franco-iberica. In ogni modo, nella sostanza, risulta confermata la precedente profilatura. Parigi (che pesa per il 38 % sul totale delle risposte) conserva la prima posizione, seguita da Londra (14 %) e da Vienna (5,6 %). Dalla graduatoria, in compenso, scompare Praga (che si mostra così città immaginaria *par excellence*, anche in causa della sua prolungata separazione dall'occidente) mentre emergono, comparativamente, altre città come Barcellona, Monaco, Amsterdam, Salisburgo.

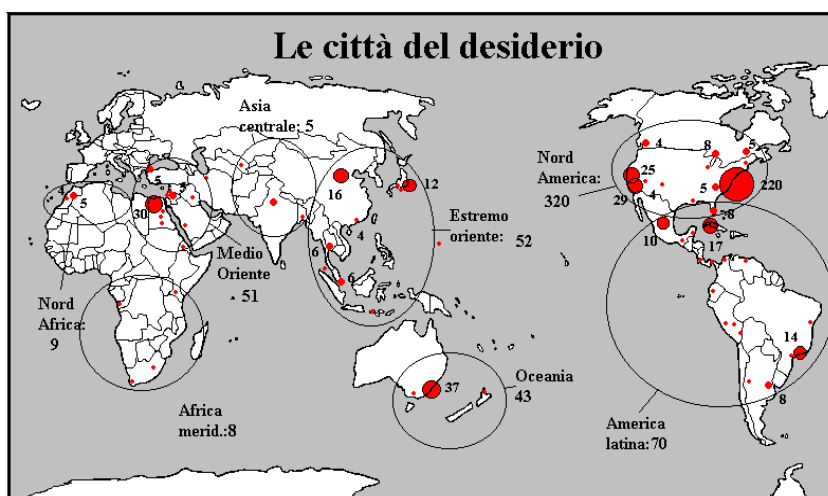
Anche in tal caso si registrano più o meno le stesse correlazioni socio-demografiche riscontrate a proposito dell'immaginario urbano. La conoscenza delle città della fascia danubiana, a dimostrazione della placida vetustà della rete urbana

mitteleuropea, ha valori più significativi nelle persone anziane, nei pensionati e nelle casalinghe. Londra resta la prima conoscenza dei giovanissimi e degli studenti, e dunque, verosimilmente, si conferma come la prima meta dell'iter biografico urbano dei viaggiatori.

Un aspetto interessante inerisce a Parigi, che pur restando città con spettro conoscitivo universale è sommamente indicata dalle persone mature-anziane con elevati titoli di studio e buona esposizione internazionale. Dunque, se Londra è la prima tappa del popolo viaggiante, Parigi è, in certo senso, il punto di approdo, la sua hegeliana autocoscienza.

#### 2.4 Le città extra-europee: New-York, naturalmente

Seppure più attenuato di quello europeo anche l'immaginario urbano extra-continentale appare fervido e dotato di spessore. Alla domanda "fra le città visitate o non visitate in quale tornerebbe o andrebbe volentieri ?" ha infatti risposto il 56,3 % degli intervistati, mentre le località indicate sono risultate ben 59.



Passando alla rassegna della graduatoria risultante si nota l'affermarsi del primato di New-York in termini sostanzialmente analoghi a quello di Parigi. A New York vanno infatti ben 220 indicazioni (pari al 39,3 % dei rispondenti al quesito). Le altre città seguono a grandissima distanza. Le più indicate, nell'ordine, sono: Sidney (37), Il Cairo (30), Los Angeles (29), San Francisco (25), L'Avana (17), Pechino (16), Rio de Janeiro (14), Tokio (12), Mexico city (10). Nel complesso le città del nord-america (U.S.A. e Canada) ottengono il 57,2 % delle segnalazio-

MeDeC

ni, ma se si aggiunge il 7,6 % relativo ad Australia e Nuova Zelanda, si evince il vero e proprio plebiscito (64,8 %) tributato alle città oceaniche (del- l'Atlantico e del Pacifico) ed emblematiche della modernità come grandi avamposti della frontiera globale.

Queste grandi *world-cities* sono i riferimenti simbolici della comune topografia mentale del mondo globale, come tali città del desiderio, prima che della pratica.

Ne è comprova il fatto che solo poco più del 10 % di quelli che le ha indicate come mete ideali di viaggio, le ha effettivamente visitate. Diverso è il caso delle città della grande tradizione (islamiche, africane ed orientali: cui va il 22,6 % delle indicazioni) e delle città latino-americane (che si fermano al 12,6 %). Malgrado il loro *charme* esotico queste città sono debolmente iscritte nell'immaginario urbano e tendono ad essere apprezzate proprio in virtù del fatto d'averle conosciute (dato che è dichiarato, infatti, in circa la metà dei casi). Quando si passa all'analisi delle città che si reputa di conoscere bene, il numero di individui in grado di esprimersi in proposito crolla su valori assai contenuti: il 9,1 % (in termini proiettivi si tratta comunque di una cifra non insignificante, pari ad oltre 70.000 persone: quasi tutte con titoli di studio superiori e posizioni sociali elevate).

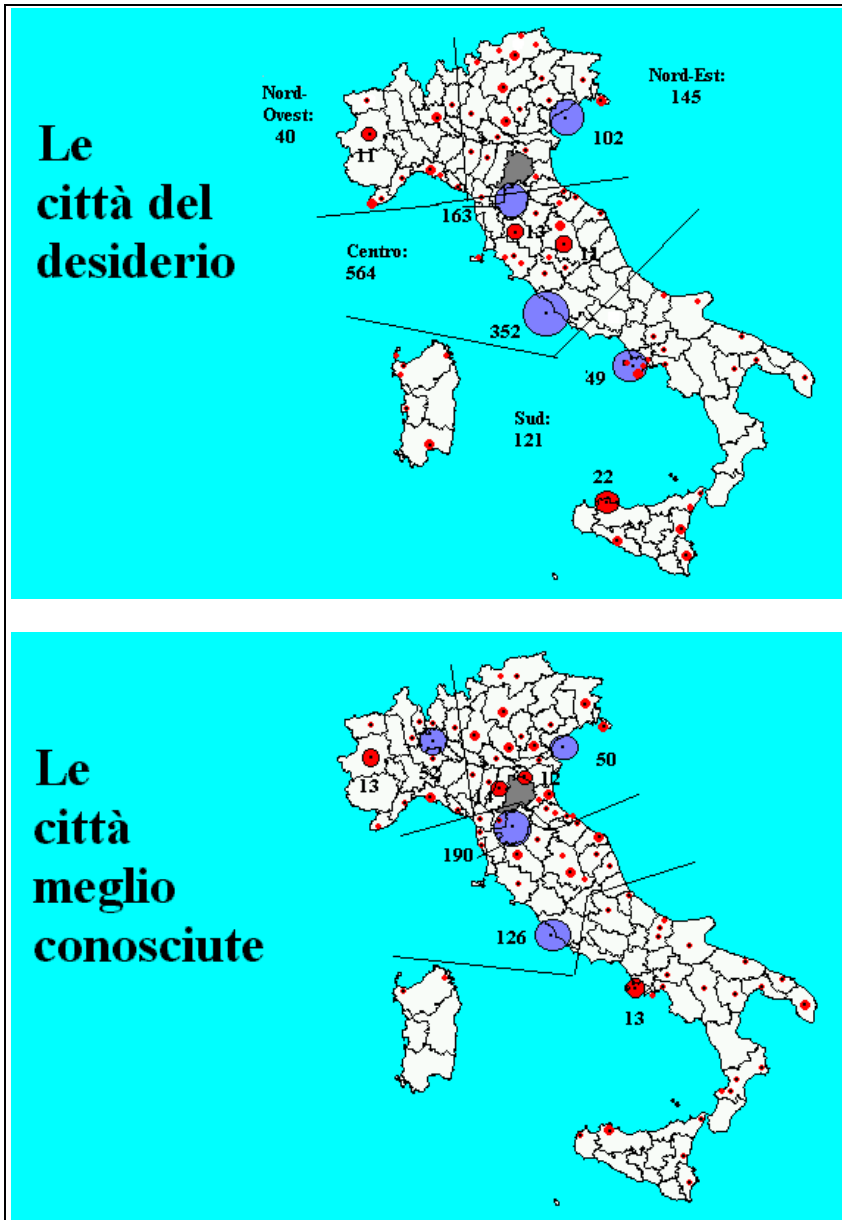
La metà di queste indicazioni, in ogni modo, è riferita alle città nord-americane (in numero di 15), con New-York, ancora, in *pole position*. Si tratta dunque di città che occupano, per un verso, l'immaginario di massa, e che per altro verso costituiscono i terminali effettuali dell'*élite* che è in grado di accedere alla rete urbana globale.

### 2.5 Le città italiane: Roma, Firenze, Venezia, come sempre

In questo *excursus* demoscopico sull'immaginario urbano non poteva mancare, per completezza, una parte dedicata alle città italiane. A questo proposito le risposte sono state assai numerose (872 sulle mille disponibili) anche nel caso dei gruppi di popolazione posti negli ultimi gradini della scala socio-culturale.

La prima «città del desiderio» è risultata, come d'obbligo, la «città eterna», cioè Roma, la quale totalizza, infatti, oltre il 40 % delle indicazioni. Seguono, a notevole distanza, Firenze (18,8 %) e Venezia (11,7 %). Napoli (con il 5,6 %) chiude la coda delle città cui spettano riconoscimenti di una qualche consistenza, mentre il resto dei responsi si frantuma su altre 60 città.





In linea con quanto pensano in media gli italiani (così come si desume da alcuni sondaggi Abacus) il cuore urbano-nazionale dei bolognesi batte dunque prevalentemente, per oltre il 64 % dei suoi battiti, sull'Italia centrale, e si mostra in so-

MeDeC

stanziale sintonia con lo stereotipo delle grandi città d'arte nazionali, con in testa la città-capitale.

Le città indicate sono ben note ai dichiaranti, dalla via che oltre l'80 % in media le ha visitate, e che di questi oltre la metà vi si è recata con notevole assiduità, cioè oltre quattro volte. A parte le visite turistiche, infatti, circa un 30 %, di individui ha avuto con tali città rapporti lavorativi, di studio, culturali e di altra natura.

Quando si passa alle città «meglio conosciute», la gerarchia delle città-desiderio subisce tuttavia alcune sensibili modificazioni. Roma slitta al secondo posto, con il 20,2 % delle indicazioni, mentre Firenze sale al primo con il 30,5 %. Al terzo posto, con l'8,3 %, fa capolino Milano, città per nulla amata o desiderata, ma con evidenti consuetudini funzionali con Bologna.

A parte questo, le città del centro-Italia continuano a costituire il campo di riferimento più significativo totalizzando oltre il 55% delle indicazioni. Il Nord-Ovest resta su frequenze marginali, mentre la buona *performance* del Nord-Est (circa il 22 % delle indicazioni) si deve al peso di Venezia, ma anche al fatto di aver considerato nel gruppo le città emiliano-romagnole.

### 3. Le vacanze

#### Prologo

Il *Peregrinus* diretto ai luoghi sacri (Gerusalemme, Roma, Santiago de Compostela) è una figura emblematica della religiosità laica del medioevo. Il suo viaggiare è una tipica esperienza iniziatica che introduce il soggetto penitenziale, dallo spazio-tempo delle localizzazioni laiche a quello sacrale-penitenziale. Il Viaggio è un cammino di fede e purificazione, il *passagium* alla dimensione escatologica della vita. Iacopo Da Varazze, predicatore e priore domenicano del XIII secolo, offre, nei suoi *Sermones*, una precisa descrizione del pellegrino. All'atto della partenza il pellegrino da vita ad un vero e proprio rituale funereo: si confessa, si pacifica con i vicini chiedendo perdono, fa testamento, affronta il rito della vestizione.

L'equipaggiamento del pellegrino si compone di quattro elementi che hanno uno scopo pratico ed un significato metaforico di tipo cristologico: la *sclavina* (una tunica bianca di modesta fattura), la *scarsella* (la bisaccia che tiene i pochi denari e che nel corso del viaggio si riempirà delle *insignia* raccolte nei diversi luoghi), il *pilleus* (un copricapo caratteristico del pellegrino, atto a proteggerlo dagli elementi e ad esemplificarne la biografia con piccoli simboli appesi), il *baculus* (il lungo bastone che serve come sostegno motorio e supporto della zucca secca con l'acqua).

Uomo laico in cammino alla ricerca del sacro, il pellegrino si ferma per tre volte al giorno nell'*hospitium*. Nel viaggio egli si congiunge alla comunità itinerante degli altri pellegrini: una vera e propria *societas* sovra-nazionale che comunica attraverso il latino o altri strani miscugli idiomatici.

Nel mondo moderno ci sono almeno due figure che rassomigliano come gocce d'acqua al pellegrino medioevale, pur essendone una traduzione totalmente secolarizzata e prosaica: l'uomo d'affari e il turista. Queste figure s'incontrano, non per caso, ed unite da un medesimo destino, nelle carlinghe degli aerei, dove la divisione di ceti, che era una volta castalmente celebrata negli ordini di posto dei treni, sfuma dietro la distinzione funzionale fra *business class* e *tourist class*.

La somiglianza con l'uomo d'affari è sin troppo ovvia, dalla via che già nei remoti tempi il mercante era una specie di riflesso speculare del pellegrino. Il moderno *metro-business-man*, uomo laico alla ricerca di danaro, è una figura emblematica ed apicale della mondializzazione economica, come il cavaliere lo era della società curtense: normalmente vestito secondo gli stilemi ufficiali dell'ordine manageriale e munito di valigetta 24 ore con annesso *personal computer* ed immancabile telefonino, egli si muove da un aeroporto all'altro, dove sosta nelle sale *vip*, per frequentare fiere, congressi, centri direzionali, riunioni societarie; alberga in costosi complessi alberghieri, è munito di un ricco armamentario di carte di credito, accrediti e polizze assicurative, ma è pagato di norma a piè di lista (contribuendo, con ciò, fra l'altro, ad un rinvilio costante dei prezzi del settore ricettivo). Quello dell'uomo d'affari è un circuito totalmente chiuso nel quale è raggiunta l'utopia della più completa indifferenza localizzativa. Egli comunica, in inglese, solo con un'umanità omologa, dalla quale cerca di carpire utilitaristicamente ogni informazione che possa recargli vantaggio. Viaggia su distanze anche lunghissime, ma è come se restasse sempre fermo: stessi luoghi (tutti eguagliati secondo gli stilemi del post-modernismo *high-tech*), stesse persone, stessi ambienti e situazioni. È il signore che alloggia ai piani nobili dei luoghi di transito e di attraversamento: una sorta di gigantesco ottovolante in vetro-cemento punteggiato di porti, stazioni, *gates*, aristocratici *mobil-home*, e calato come una rete onnicomprensiva nell'astrattezza dello spazio globale.

Dietro il *metro-business-man*, solo diviso dalla tendina della *business class*, sta il turista. Come il pellegrino medioevale, e molto di più dell'uomo d'affari, anche il turista è una persona che attraversa un confine fra due mondi: quello della monotona quotidianità lavorativa e quello oltremodo attraente delle vacanze. Dunque una figura che si muove fra diverse dimensioni spazio-temporali e che, allo scopo, si avvale di un corredo specializzato: vestiti da viaggio ed abbigliamenti griffati, zaini e valigie ben più nutrite delle antiche scarselle e che si riempiranno a dismisura di *souvenir* anziché di reliquie ed *insignia*, sofisticate macchine fotografiche, cineprese, *walk-man*, agende cariche di *cheques* e carte di credito, guide

MeDeC

turistiche e mappe di viaggio, dove tutto è previsto (dove andare, dove dormire e mangiare, cosa vedere ed a quale emozione abbandonarsi mentre si guarda).

Il turista è un pellegrino totalmente secolarizzato e banalizzato, il consumatore di uno specifico settore merceologico. Se l'uomo d'affari è mosso dalla libidine del danaro, il turista è sospinto dal movente dello svago o della conoscenza, sempre, comunque, dall'imperiosa immediatezza del principio del piacere, dunque dal consumo e dalla lussuria. È alieno a qualsiasi intenzione espiativa, per quanto facilmente possa cullarsi nell'illusione d'incontrare una qualche ritemprante meta-noia spirituale (il caso della quale comporterà inevitabilmente, con il ritorno alla grigia banalità della vita ordinaria, lancinanti crisi di riadattamento). In luogo delle testimonianze oggettuali e spirituali della fede, egli porta a casa ninnoli d'ogni specie e le esperienze destinate a tramutarsi in stupefacenti racconti odeporici (*et in arcadia ego*) intorno a videocassette e proiettori, per la noia e l'invidia degli ospiti di turno.

Come tutti i piaceri anche quello di viaggiare, oltre una certa soglia, può andare incontro alle delusioni da saturazione. Ne possono conseguire vari adattamenti: un ritorno alla stanzialità, magari accompagnata dalla navigazione nei micro-spazi della quotidianità e nelle profondità della vita interiore, oppure una maggiore ricercatezza nello stile di viaggio, nella speranza che la quantità si trasformi hegelianamente in qualità, e che, come per Goethe nel viaggio in Italia, scatti la trasformazione da *Wanderer* (viandante che vaga nell'incoscienza) a *Reisender* (viaggiatore illuminato dalla conoscenza, di sé attraverso il mondo).

Il turista è un vacanziere che viaggia. Ma le vacanze come tali, e la partecipazione massiva e diffusa della popolazione lavoratrice alle stesse, hanno un significato ancor più generale. Garantite costituzionalmente come un diritto riproduttivo del lavoratore, esse costituiscono la più esemplare e paradossale verifica dell'avvento di una società signorile di massa. Per quanto limitate e duramente conquistate con la fatica del lavoro annuo e centellinate secondo la scarsità delle risorse economiche proprie, le ferie costituiscono infatti la periodica possibilità di godere un'esperienza di consumo che il soggetto tende ostinatamente a concepire come *finalizzata a sé stessa*. Esse contribuiscono a determinare l'illusione di una vita emancipata dal lavoro e dalla necessità, di un tempo libero non finalizzato all'immediatezza della riproduzione della forza-lavoro (come sono pur sempre i piaceri ed il riposo di fine settimana). La durata, il tempo lungo delle ferie, l'altro luogo in cui si concretizza la vacanza, sposta l'individuo in una dimensione che è percepita come *altra*, all'insegna di un consumo di «lusso», come *luxury*, anziché «necessario».

Nel momento in cui le ferie, cioè un mero periodo di riposo, sono oggettivizzate in vacanze, si realizza una trasformazione che sposta il quadro dell'esperienza soggettiva nello spazio-tempo dal semplice «non-lavoro» e dal consumo come

funzione riproduttiva accessoria, all'attività del consumo secondo forme sovrane, finalizzato a sè medesimo, narcisistico e perciò intrinsecamente lussuoso, sacro e peccaminoso insieme. Un tempo tutto ciò era a disposizione delle aristocrazie improduttive, oggi è messo a disposizione delle masse. Certo il *quantum* di sovranità che ogni individuo si appropria è determinato in ultima istanza dal rapporto economico e da quanti soldi si tengono in tasca. La società democratica non può eguagliare il rapporto di signoria (sarebbe un controsenso), ma può redistribuire a tutti la sensazione di possederla, almeno per un attimo. Come scrive Bataille «...se l'operaio si beve un bicchiere, è perchè c'è nel vino che butta giù un elemento *miracoloso* di sapore, che è appunto il fondo della sovranità. E' poca cosa, però il bicchiere di vino gli dà almeno, per un *breve istante*, la sensazione *miracolosa* di disporre liberamente del mondo» (Georges Bataille, *La souveraineté*, trad. it., Bologna, 1990, pag. 43)

Il turista è la figura apicale ed emblematica dell'uomo-massa neo-signorile vacanziero.

Con la smisurata crescita il consumo turistico è venuto differenziandosi in una moltitudine di approcci e modalità, tanto da meritare apposite discipline come l'economia e la sociologia del turismo. In una indagine sull'esposizione internazionale dei bolognesi non poteva perciò mancare una puntata demoscopica sulle loro vacanze....

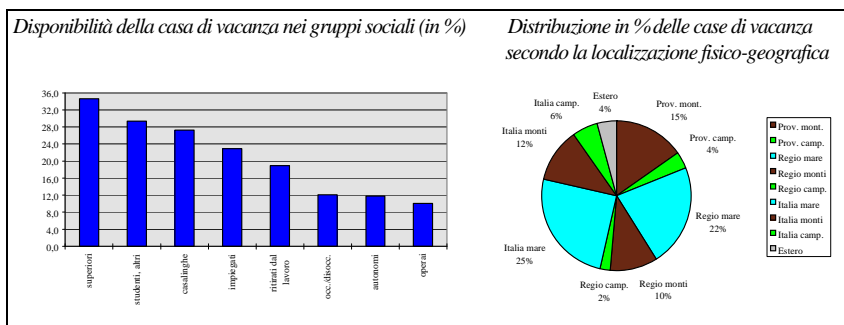
### 3.1 La casa di vacanza

Come sempre, è bene cominciare dalle pietre, e cioè dalla casa di vacanza. C'è un singolare rispecchiamento nella storia di questo tipo immobiliare che piega il viaggio di vacanza secondo una peculiare traiettoria domestica: da una casa propria a un'altra casa propria. L'antenato più illustre della casa di vacanza è la villa signorile post-rinascimentale, che nella società agraria ha una pluralità di significati (di consumo, stile di vita e controllo produttivo) e che in Italia corrisponde al tipico modello bi-variato di residenza (rurale ed urbano) dell'aristocrazia terriera. Più tardi, con l'avvento della società industriale, la casa di vacanza è oggetto di una sorprendente ri-scoperta da parte degli immigrati contadini, cioè degli operai d'origine rurale. Essi tengono infatti in vita il rapporto con l'umile stamberga sul fondo rustico trasformandola progressivamente, nei *week-end*, nell'oggetto di un ritemprante impegno dopolavoristico. Infine, specie a partire dai '60, con l'ampliarsi del tempo libero e delle possibilità di consumo, la casa di vacanza è divenuta un'aspirazione compensativa assai diffusa in tutti gli strati urbani, ed in specie della *middle-class*.

Il fenomeno ha una consistenza di rilievo nell'area bolognese, dove si contano, stando al censimento sulle abitazioni del '91, oltre 21.000 alloggi inoccupati a scopo di vacanza, per gran parte localizzati nella fascia montano-collinare.

Ma questo dato è letteralmente surclassato da quanto emerge in proposito dal sondaggio. Da esso risulta infatti che ben il 20,3 % degli intervistati dichiara di possedere almeno una casa di vacanza - bene che per di più, nella quasi totalità dei casi, risulta anche detenuto in proprietà. Se si fa l'ipotesi, del tutto ragionevole, che ogni individuo intervistato interpreti un'unità familiare, ne consegue, in termini di estrapolazione, che nell'area bolognese insistono ben 77.000 famiglie con a disposizione una propria casa di vacanza, e che più o meno altrettanti sono gli alloggi in possesso delle unità anagrafiche bolognesi.

Questi numeri indicano già, di per sé stessi, quanto il fenomeno abbia dimensioni di massa e diffuse. Se la casa di vacanza in proprietà è un attributo quasi ordinario presso i ceti superiori e con più alto livello d'istruzione (dove interessa quasi la metà dei membri di queste cerchie), il suo possesso resta altamente accessibile anche per altri strati sociali, come gli impiegati, ma anche i pensionati e le casalinghe. Questa curvatura nella distribuzione del fenomeno è logicamente comprensibile e trova spiegazione, per un verso (quello espresso dai ceti medio-alti), nelle superiori disponibilità reddituali, e per altro verso (quello delle figure inattive) in aspetti legati, oltre che al benessere economico, alle richiamate peculiarità delle biografie socio-territoriali delle coorti anziane. I gruppi con minore accesso al bene casa di vacanza, per ragioni economico-reddituali e/o di stile di vita, sono gli operai e gli autonomi.



Dove sono ubicate le case di vacanza ? Anche in tal caso il sondaggio offre risposte di notevole interesse ed anche inattese. Fatto 100 il totale dei possessori risulta infatti che solo il 18 % (pari a circa 15.600 famiglie/case) di essi ha la casa nel territorio bolognese (quasi sempre nella fascia montano collinare). Per il 34,7 (per un totale di 28.500 famiglie) il luogo di ubicazione è in regione, e per una quota ancor superiore pari al 42,2 % (circa 34.600 famiglie) in Italia. Il 4,2 %

(che in termini assoluti non è poi una cifra così irrilevante, indicando quasi 3.500 case/famiglie) ha infine dichiarato l'estero come luogo di ubicazione. Il possesso, giuridico e d'uso, della casa di vacanza è dunque un fenomeno geograficamente assai differenziato, solo in minima parte ancorato al contesto locale.

Esso è ampiamente debordato rispetto all'offerta domestica di alloggi ad uso di vacanza (che è saturata, come si è visto, per circa i tre quarti).

Quasi la metà dei possessori si muove in una scala nazionale, e talvolta addirittura internazionale.

Proprio perchè abitanti di una «città di terra» per eccellenza, e malgrado un vasto retroterra montano-collinare, i bolognesi prediligono innanzitutto (nel 47,2 % dei casi) l'«altro da sè», che in questo caso, è l'alloggio di vacanza al mare. Fra i possessori di seconde residenze coloro che apprezzano la montagna sono il 26,9%, mentre gli amanti della campagna sono il 12,2.

Questo allargamento del raggio geografico e questa diversificazione dei siti hanno più spiegazioni, tutte riconducibili a una qualche mistura di convenienze relative al reddito, al tempo libero e alla facilità di comunicazione. Più ci si allontana e più si allarga il campo delle scelte qualitative, mentre si riduce quello del prezzo (almeno comparativamente all'area bolognese dove il livello abnorme della domanda tiene ovviamente assai elevati i prezzi delle seconde case). La rapidità dei trasporti e la possibilità di giocare su *routines* del tempo libero vieppiù lasche, possono rendere non solo più attraente (sino alla possibilità di piantare la propria bandierina possessiva in veri e propri paradisi), ma anche più conveniente la scelta per ubicazioni anche molto decentrate.

Anche la casa di vacanza, insomma, sembra interessata ad una evoluzione delle modalità d'uso e dei significati di carattere globalistico. Ad esserne in possesso, non per caso, sono innanzitutto, gli individui a più alta esposizione internazionale presso i quali la residenza di vacanza è sita, il più delle volte, in ambiti ultraregionali, specialmente marini.

Il modello locale di fruizione trova invece una più estesa traduzione consuetudinaria (cioè in ambito locale/regionale prevalentemente montano-collinare) a proposito delle coorti anziane è con più bassa (se non nulla) esposizione internazionale.

### 3.2 Una città di vacanzieri ?

Se si definisce il periodo di vacanza, convenzionalmente, come un'escursione extra-domestica di almeno quattro notti, nei 12 mesi compresi fra il Settembre '97 ed il Settembre '98 (periodo scelto perchè più consono all'anno solare-lavorativo) sono andati in vacanza legioni di bolognesi, per l'esattezza il 71,1 % della popolazione con più di 18 anni (pari a quasi 600.000 persone). Di que-

MeDeC

sti, però, poco più della metà (il 56,7 %) ha fatto un solo periodo di vacanza, il 29,3 ne ha fatti due ed il 14,1 % più di due.

Le vacanze non sono dunque un bene equi-distribuito. La fetta di chi non vi partecipa per nulla conserva inoltre, per quanto minoritaria, una sua consistenza. Se si fa astrazione dagli studenti e dai giovanissimi (per i quali, date le capacità di adattamento e la naturale *vis ludica*, le capacità di vacanza sono legate più alla disponibilità di tempo che al reddito posseduto), i gruppi sociali più sfavoriti sono quelli meno abbienti e/o con limitate capacità motorie oppure afflitti da una minore elasticità esistenziale.

Presso gli operai, i pensionati e le casalinghe, ma anche i lavoratori autonomi, la minoranza degli esclusi dalle vacanze sale infatti sino al 40 % ed oltre, mentre più del 65 % di quelli che ci sono andati si sono limitati ad un solo (e come vedremo, spesso anche breve) giro di valzer.

In vacanza invece, ci sono andati quasi tutti gli appartenenti ai ceti superiori e gli impiegati, cioè le persone con elevati titoli di studio e con alta esposizione internazionale, ed in oltre la metà dei casi per due volte e più.

I motivi per i quali alcune persone restano escluse dalle vacanze variano nei diversi gruppi socio-demografici e sono legate, oltre che al reddito ed alla posizione sociale, dall'intreccio con le cadenze e le obbligazioni legate al ciclo di vita e lavorativo. La variabile esplicativa più rilevante in proposito è infatti costituita dall'età anagrafica. Gli impegni di lavoro e le disponibilità economiche sono infatti i motivi prevalenti adottati dagli individui (peraltro scarsi) delle classi d'età comprese fra i 25 ed i 44 anni. Gli impegni familiari costituiscono il fattore inibente più importante nelle classi fra i 45 ed i 64 anni, mentre la salute lo è negli *over 64*.

### 3.3 Tipi di vacanze: numero, durata, periodo, contesto

Nel sondaggio sono stati rilevati i comportamenti vacanzieri nel corso dell'anno sino al limite di sei periodi, a partire dalla vacanza più lunga per finire a quella più breve. Si è visto come su mille individui ne siano andati in vacanza ben 711. Di questi 406 (il 56,9 %) hanno concentrato le loro ferie in un unico periodo di *plaisir*, mentre i restanti le hanno spezzate in due (29,2) e talvolta più di due (13,9 %) periodi. In complesso nell'anno turistico '97-'98 la popolazione campionaria testata ha dato luogo a ben 1164 viaggi-vacanza, per un totale di 17.486 giorni. In termini di media pro-capite questi valori significano 1,16 periodi feriali per persona, ciascuno della durata di 17,5 giorni.

Se tuttavia si considera il numero totale di giorni-vacanza realizzati, il quadro delineato tende a restringersi ed a farsi un poco più parsimonioso. Su 100 persone andate in vacanza il 16,9 % si è limitato, nella sostanza, ad una misera settimana



ed il 23,3 % a circa due settimane. A costoro fa da contrappeso una quota di individui affluenti, pari al 21,5 %, che ha goduto di lunghi periodi feriali, anche assai superiori al mese, mentre la parte restante (38,3 %) ha totalizzato fra le tre e le quattro settimane. Se si considerano assieme coloro che hanno fatto vacanze ridotte all'osso e quelli che in vacanza non ci sono andati per nulla, si arriva dunque ad una cifra che si avvicina alla metà della popolazione.

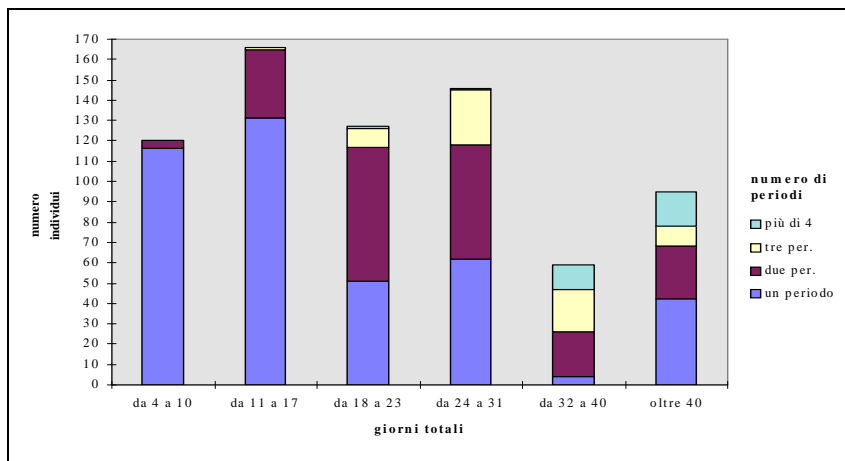
*Durata totale in giorni delle vacanze consumate nell'anno secondo il numero di periodi*

giorni totali	periodi di vacanza realizzati				Totale	perc.col.
	un periodo	due per.	tre per.	più di 4		
da 4 a 10	116	4			120	16,83
da 11 a 17	131	34	1		166	23,28
da 18 a 23	51	66	9	1	127	17,81
da 24 a 31	62	56	27	1	146	20,48
da 32 a 40	4	22	21	12	59	8,27
oltre 40	42	26	10	17	95	13,32
Totale	406	208	68	31	713	100,00
Perc. riga	56,94	29,17	9,54	4,35	100,00	

Sulla base dell'incrocio fra il numero complessivo dei giorni di vacanza e della loro articolazione in periodi, come nella tabella che precede, è possibile tratteggiare una tipologia del modulo di fruizione delle ferie articolata in sei profili:

- *vacanze minime*, ovvero, di norma, un solo periodo di vacanza attorno alla settimana. I vacanzieri minimi corrispondono al 16,9 del totale del gruppo e si ritrovano in numero comparativamente maggiore tanto negli strati sociali bassi, dotati di poco reddito, come gli operai e i disoccupati, quanto in quelli alti, come i superiori o gli autonomi, dove il fattore esplicativo è evidentemente legato alla scarsa disponibilità di tempo ed all'onerosità dell'impegno lavorativo;
- *vacanze brevi*, cioè vacanze la cui durata complessiva è intorno alle due settimane, quasi sempre fruita in una sola volta. I vacanzieri brevi sono pari al 23,3 % ed acquistano una consistenza più elevata, per ragioni omologhe a quelle del tipo precedente, negli operai e nei lavoratori autonomi;
- *vacanze strutturate*, così definibili in quanto godute sulla lunghezza standard del periodo feriale (3 o 4 settimane), il più delle volte secondo modalità bivariate. I vacanzieri strutturati, con il 32,6 %, costituiscono il gruppo modale e si ritrovano in forma massiccia presso gli strati anagrafici centrali, fra i 35 ed i 44 anni, ed i gruppi sociali del classico lavoro dipendente, impiegati ed operai;

*Distribuzione degli individui andati in vacanza secondo la durata totale in giorni ed il numero dei periodi.*



- *vacanze segmentate*, le quali sono temporalmente omologhe a quelle strutturate ma articolate in almeno tre e più periodi di vacanza. I vacanzieri segmentati segnalano un modo fortemente diversificato di fruizione delle ferie; sono pari al 5,3 % ed interessano soprattutto i laureati ed i ceti superiori;

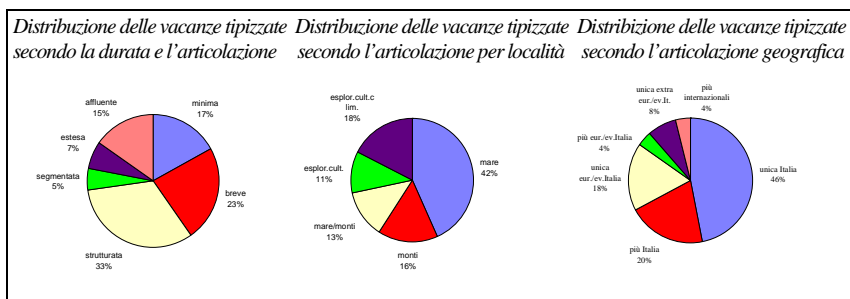
- *vacanze estese*, tali in quanto sono concentrate in un solo periodo che si estende però per una durata assai lunga, quasi sempre superiore ai 40 giorni. Si tratta con ogni evidenza di vacanze che coincidono con lunghi e stanziali soggiorni climatici. I vacanzieri estesi sono pari al 6,5 % e, come è comprensibile, si ritrovano in forme pressochè esclusive presso gli anziani, specie con più di 65 anni, e correlativamente, nelle persone inattive con disponibilità illimitate di tempo (non necessariamente di reddito), quali sono i pensionati e le casalinghe;

- *vacanze affluenti*, come quelle estese, cioè assai prolungate, ma articolate in due o più periodi; i vacanzieri affluenti sono un gruppo ragguardevole (che tocca il 15,3 %) e che è composto di più stratificazioni. Si ritrovano in dosi comparativamente più elevate, infatti, sia presso i laureati e i diplomati nonchè gli studenti, ma anche le donne e le casalinghe. Non sono però infrequenti neppure nei ceti superiori e nei ritirati dal lavoro. L'unico gruppo sociale dove sono quasi del tutto assenti è quello degli operai. Se consideriamo che questo tipo sta in una correlazione molto forte con le persone ad alta esposizione internazionale (dove superano il 25 %) se ne ricava l'ovvia conclusione che i suoi portatori segnalano una affluente condizione di benessere, sia temporale che reddituale. Sono veramente, costoro, i «signori delle vacanze», coloro che possono permettersi lunghi e diversificati periodi di vacanza, con soggiorni climatici multivariati, grandi viaggi, le escursioni le più varie. Una signoria per nulla residuale se è vero che essa riguarda, in termini estrapolativi, quasi 90.000 persone residenti nell'area bolognese.

In quale località sono stati consumati questi 1164 periodi di vacanza ? Per il 51,5 % al mare, per il 26,4 in località montane (o collinari, lacuali e di campagna, ma in modo insignificante), per il 13,1 % nelle città e per il 9,1 % in viaggi itineranti. Queste percentuali possono anche essere riaggreggate in modo da porre in luce due tipi fondamentali di vacanza: quella climatica/stanziale (che è pari al 77,9 % e comprende il mare e la montagna) e quella esplorativa/culturale (che è pari al residuo 22,1 % e che accomuna i viaggi itineranti ai soggiorni nelle città).

Anche in tal caso è possibile porre in risalto una suddivisione degli individui, anzichè dei viaggi, secondo il tipo di vacanza.

La più gran parte dei vacanzieri, per l'esattezza il 43,2 % degli stessi, ha opzionato vacanze esclusivamente marine, il 15,9 % solo montane. La vacanza monoclimateca, specie se montana, è un attributo precipuo delle fasce anziane e degli operai, cioè dei gruppi con stile di vita meno esposto all'integrazione internazionale, meno abbienti e/o meno mobili. Di norma è al soggiorno marino che viene dedicata la vacanza più lunga, la quale si svolge quasi esclusivamente nei mesi estivi, da Giugno a Settembre, con una concentrazione apicale nel mese di Agosto. Il soggiorno montano ha invece un doppio carattere sia stagionale che temporale: interessa infatti tanto i mesi estivi che invernali, tanto periodi lunghi che brevi di permanenza. La vacanza montana ha luogo quasi esclusivamente in Italia, mentre quella marina, per quanto sia pari a più della metà delle destinazioni italiane, interessa anche località estere sia europee che trans-continentali.



L'accoppiata mare/monti, secondo uno stile di consumo feriale bivariato, riguarda il 12,5 % degli andati in vacanza ed è stato opzionato soprattutto da individui nelle fasce centrali d'età, ceti superiori e impiegatizi, ma anche casalinghe. Il binomio iodio/ossigeno, specie nella modulazione estiva Giugno-Agosto, è peraltro un classico per quelle famiglie con prole in tenera età che possono permetterselo.

Le vacanze in stile esplorativo/culturale hanno riguardato il 10,8 % , con frequenze che toccano le punte massime nei giovani e nei ceti superiori. Il 17,6 % ha invece goduto di un modello vacanziero che potremmo definire totale, perchè

*MeDeC*

giocato su più fasi, così da coprire, nel corso dello stesso anno, tanto le esigenze ritemperanti del soggiorno climatico quanto la curiosità esplorativa del viaggio itinerante. Quest'ultimo stile è una prerogativa assai significativa dei gruppi più dinamici e con marcata esposizione internazionale: giovani, studenti, individui con alti titoli di studio, ceti superiori e impiegati. La visita alle città ha sovente i caratteri di vacanza breve o minima e si svolge in tutti i mesi dell'anno, con una certa prevalenza in quelli primaverili (specie a Pasqua), in Settembre e a Natale. Per quanto abbia un peso non residuale negli itinerari italiani tipici delle festività pasquali e natalizie, la visita delle città tocca i valori più significativi nelle escursioni all'estero, soprattutto in Europa. Il viaggio itinerante ha invece modalità prevalenti di vacanza lunga e con forte concentrazione estiva. E' quasi insignificante, come peso, entro i confini nazionali ed acquista uno spessore considerevole e crescente passando dalle destinazioni trans-nazionali europee a quelle transcontinentali.

Nel complesso dei vacanzieri coloro che si sono mossi in via esclusiva entro i confini nazionali risultano pari al 67,1 % (in termini proiettivi quasi 400.000 individui), cifra risultante da un 47 % con una unica localizzazione e da un 20,1 % con due e più localizzazioni. Come ovvio, la vacanza nazionale è un attributo precipuo delle fasce anziane e inattive, nonchè degli strati a basso reddito, come gli operai, e con bassa esposizione internazionale.

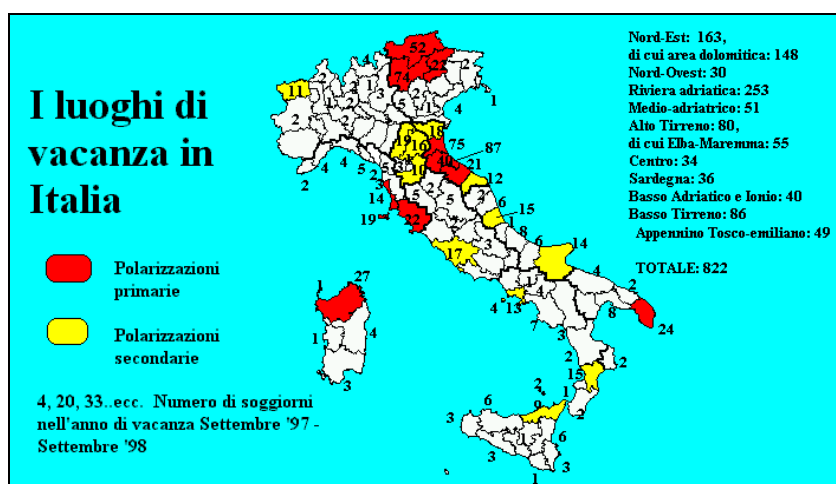
Il restante 32,9 % ha svolto vacanze all'estero, di cui il 21,5 % in Europa (per uno o più viaggi, anche in accoppiata con eventuali vacanze italiane) e l'11,4 % in paesi trans-europei (anche in tal caso con eventuali supplementi di vacanza in Europa e/o in Italia). In termini proiettivi queste quote significano una fetta di popolazione pari a quasi 190.000 persone over-18, nella quale hanno un peso prevalente gli strati giovani, con elevati titoli di studio e posizione sociale elevata, nonchè, come ovvio, con alta esposizione internazionale.

### *3.4 Geografia delle vacanze*

E' ora giunto il momento di esplorare le destinazioni geografiche dei viaggi di vacanza. Allo scopo lavoreremo sul complesso dei 1164 viaggi-vacanza dichiarati dai 711 individui che ne hanno goduto. Di questi 858 sono avvenuti in Italia, 212 in Europa, 94 in paesi extra-europei. Considerando tanto le persone viaggianti che i viaggi nell'anno turistico '97-'98, il quadro che risulta, in termini di grandezze stimate, è approssimativamente il seguente: 400.000 vacanzieri over-18 con esclusiva destinazione nazionale per un totale di 686.000 periodi-vacanza; 125.000 vacanzieri extra-nazionali per un totale di 170.000 soggiorni in località europee; 65.000 vacanzieri extra-europei per un complesso di 75.000 viaggi trans-continentali.

Circa le località italiane la carta mostra a quali di esse vadano le maggiori preferenze. I grandi poli d'attrazione turistica sono costituiti innanzitutto, per i bolognesi, dalla riviera adriatica e dall'area dolomitica. Sulla riviera, che si estende dal Conero ai lidi ferraresi e che ha il suo epicentro balneare nel tratto di costa fra Rimini ed i lidi ravennati, si concentra quasi un terzo (il 30,8 %) dei periodi di vacanza localizzati in Italia. Il 18 % insiste invece sull'area dolomitica e dintorni, ovvero nelle province di Trento, Bolzano e Belluno.

Se queste destinazioni fanno riferimento ad aree con la configurazione di veri e propri distretti turistici fortemente polarizzati e circoscritti, le altre destinazioni (pari alla restante metà dei flussi nazionali) hanno modalità assai più diffuse e frammentate.



Il contesto adriatico-ionico (dal Conero nei pressi di Ancona sino al Salento) raccoglie l'11,1 % dei flussi. Su questa direttrice, il Salento, il Gargano e la costa teramana, offrono polarizzazioni di un certo rilievo. Nel complesso, considerando anche la riviera romagnolo-marchigiana, l'Adriatico costituisce la meta climatico-balneare dominante nelle vacanze dei bolognesi, accogliendo circa il 42 % dei flussi vacanzieri.

Anche l'area tirrenica (considerando in essa l'intera linea costiera e le isole, Sicilia compresa) ha tuttavia uno spessore non trascurabile che supera il 25 % dei periodi di vacanza. In quest'area la costa toscana (ed in particolare, l'Elba, la Maremma e l'Argentario) costituisce una polarizzazione di rilievo (sulla scala dei poli distrettuali, con il 6,7 % dei flussi è la terza in ordine di rilevanza, dopo la riviera adriatica e l'area dolomitica).

MeDeC

Altri riferimenti significativi sono la Gallura e la costa tirrenica catanzarese, nonché Capo d'Orlando e le Eolie. Tali flussi sfruttano con ogni evidenza i vantaggi di rapido collegamento garantiti dalle linee aeree fra Bologna, Olbia e Lamezia.

Ulteriori polarizzazioni sono quelle di Roma e Napoli, ma qui in causa dei flussi con destinazione urbana.

Un quarto ambito di destinazione è costituito dalle località limitrofe dell'Appennino tosco-Emiliano, ovvero dalla montagna bolognese, modenese, pistoiese e del Mugello, le quali attirano il 6 % dei flussi.

Il quadrante nord-ovest dell'Italia, infine, per non parlare delle località dell'interno dell'Italia centro-meridionale, registrano presenze del tutto sporadiche e residuali (con l'unica debolissima eccezione della Val d'Aosta).

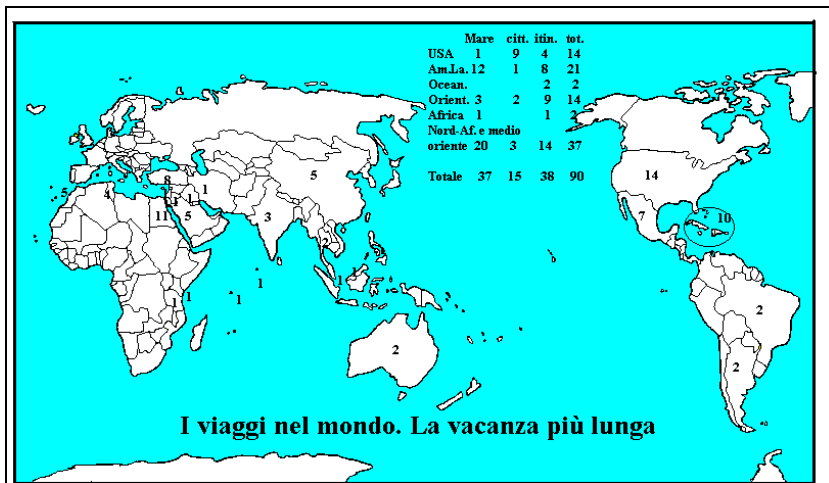
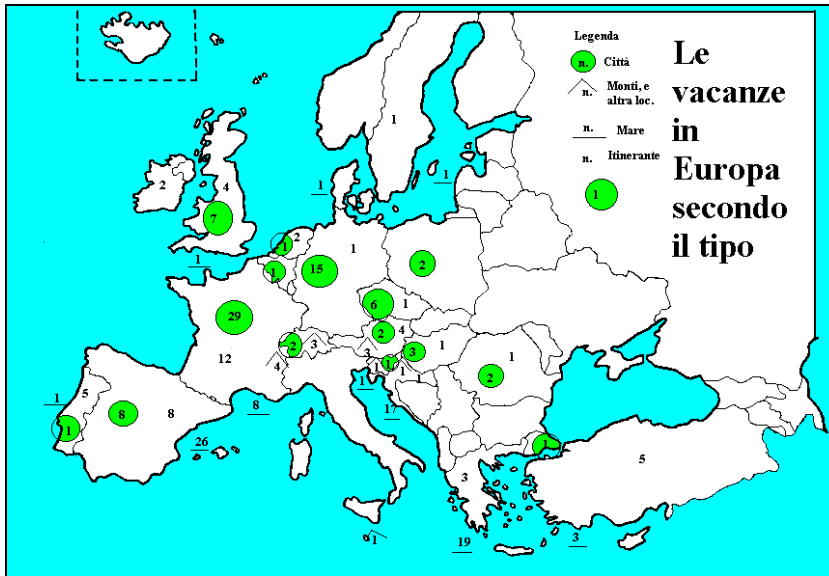
Circa le vacanze in altri paesi europei esse si sono distribuite in parti quasi eguali fra gli scopi stanziali/climatici (pressochè totalmente marini) e quelli di visita alle città ed itineranti.

Gli amanti del mare hanno privilegiato, nella quasi generalità, le coste e le isole mediterranee. Punti forti di attrazione sono stati la vicina costa croata (Istria e Dalmazia), l'Egeo, nonché la costa e le isole spagnole (ma qui anche con il concorso atlantico delle Canarie).

Le rare vacanze montane, di contro, hanno interessato i paesi alpini (Francia, Svizzera ed Austria). Nel complesso, la metà esatta delle destinazioni si è rivolta alla Francia ed alla Spagna - quest'ultima, come si è visto, avendo nel mare la propria principale fonte di seduzione, mentre le escursioni in Francia hanno riguardato essenzialmente le città e le molteplici attrazioni offerte al turismo itinerante.

Lo stile vacanziero orientato a visitare le città ha inoltre trovato una significativa espressione con riguardo ai paesi dell'Europa di mezzo, specie alla Germania (circa il 15 % sul totale dei flussi).

Se la vitalità e la ricchezza storico-artistica delle città, da un lato, e la solarità delle spiagge del Mediterraneo, dall'altro, costituiscono lo *spatium nostrum* europeo dei bolognesi in vacanza, il viaggio attraverso mondi lontani e diversi ed il soggiorno climatico nell'esaltante ed erotica luminosità dei mari tropicali costituiscono le modalità più frequenti nelle vacanze extra-europee.



C'è da dire, in realtà, che i luoghi fuori Europa più visitati stanno a stretto giro (o volo aereo): si tratta infatti dei paesi che si affacciano sul Mediterraneo (come il Marocco, la Tunisia, la Turchia e soprattutto l'Egitto) o sui vicini Mar Rosso ed Oceano Indiano (ancora l'Egitto, l'Arabia Saudita, le Mauritius e le Seichelles). Questi paesi totalizzano, assieme, il 41 % dei flussi di viaggio inter-continentali. E' interessante in questo contesto, dove pure non mancano i viaggi itineranti, l'emergenza dei poli balneari del Mar Rosso (egiziani e sauditi).

MeDeC

La seconda destinazione, in ordine d'importanza, è l'America Latina (soprattutto l'area dei Caraibi ed il Messico), verso la quale si indirizza quasi un quarto dei viaggi extra-europei. Principale elemento attrattivo sono naturalmente le località balneari tropicali delle Antille.

Al terzo posto si collocano, a pari merito, le destinazioni asiatiche e statunitensi (entrambe pesano per il 15 %). Qui i paradisi dei tropici sono quasi del tutto assenti, ed i viaggi hanno un tono marcatamente esplorativo. Si muovono in modo itinerante sulle rotte delle grandi tradizioni asiatiche, oppure (a denotare una non casuale somiglianza degli USA con il contesto europeo) nelle grandi città del nuovo mondo.

Africa ed Oceania, infine, sono destinazioni del tutto irrilevanti.

### *3.5 In vacanza: con quali intermediari e con quale mezzo, con chi ed in quale ricovero*

Resta ora da interrogarsi su alcuni aspetti non irrilevanti che attengono al viaggiare ed al suo stile: con quale compagnia, con quale mezzo, con che tipo di organizzazione ed in quale *ospitium*. Tutto ciò, sempre con riferimento alle vacanze, ed in particolare, per ciò che concerne il caso specifico, alla vacanza più lunga, dunque la più rilevante (almeno temporalmente).

Cominciamo, giustamente, con le fasi iniziali del viaggio: con la sua organizzazione e con i mezzi di trasporto utilizzati. Quanto al primo aspetto, la stragrande maggioranza degli intervistati, pari all'83,7 %, ha dichiarato d'aver provveduto personalmente all'organizzazione della vacanza ed al suo svolgimento. Solo l'1,4 % si è avvalso del patrocinio di organizzazioni convivialistiche, mentre il 14,9 % ha fatto ricorso ad agenzie di viaggio. Ipotizzando che la percentuale valga anche per i viaggi minori (che è previsione realistica e forse approssimata per difetto, dalla via che i viaggi brevi sono più frequentemente rivolti all'estero ed hanno modalità culturali/itineranti), quest'ultima cifra, tradotta in valori predittivi, non è comunque irrisoria. Essa significa, infatti, che circa 140.000 periodi di vacanza sono stati interamente intermediati dalle agenzie di viaggio nel corso dell'anno, e che il bacino di mercato bolognese si aggira intorno alle 100.000 persone/famiglia. Tutto ciò, al netto dei viaggi extra-vacanzieri e delle operazioni di carattere limitato. A trainare le *performances* delle agenzie (che infatti hanno assunto, in questi anni, i caratteri di un vero e proprio *boom*, tale da farle divenire veri e propri esercizi di vicinato) sono soprattutto i viaggi all'estero e, fra questi, quelli che hanno destinazioni di carattere stanziale. Su 100 vacanze nelle località balneari europee, il peso intermediario delle agenzie è pari al 43,6 %, ma la quota sale all'82,6 % nel caso dei soggiorni nelle esotiche località turistiche di altri continenti. Il consumatore-tipo dei servizi d'agenzia è, con ogni evidenza,



soprattutto il turista-massa, cioè quel soggetto che si fa impacchettare nella catena di montaggio dei *tour-operator* e viene stivato in gregge sui *charter* che s'involano, a prezzi stracciati, verso i *containers* delle polarizzazioni turistiche internazionali illustrate con dovizia di immagini esotiche, libidiche e compiacenti, nei *depliants* disposti sulle scaffalature o pubblicizzate dai media. E' la vacanza «chiavi in mano», programmata in ogni minimo dettaglio, nella quale gli imprevisti sono ridotti al minimo (o si vorrebbero ridotti, giacchè ad ogni fine d'estate, a dimostrare il contrario, s'alzano i lamenti inferociti di legioni di turisti reduci da vacanze infernali o dimenticati per giorni in qualche area di transito...). Chi la sceglie è di solito poco avvezzo a muoversi con sicurezza ed autonomia nell'ambiente internazionale, è una persona sovente alle prime esperienze estere o che intende minimizzare i costi di apprendimento, come tale bisognosa di guida e protezione.

Il sistema del turismo internazionale in scala industriale ha del resto più di un'affinità, essendone peraltro coevo, con l'industria del *packaging* e le catene *hub and spoke* della grande logistica. Il turista-massa è l'*output* del fordismo applicato al turismo.

Grandi serie ed economie di scala, grande movimentazione e standardizzazione, ma, necessariamente, bassa qualità e scarsa partecipazione.

*Modalità di organizzazione della vacanza più lunga colta secondo la sua destinazione*

	autorganizza- zione	tramite un'agenzia viaggi	tramite un'associazione	totale
<b>zona geografica, località, organizzazione della vacanza più lunga</b>				
<i>in un paese europeo</i>				
viaggio itinerante/visita alle città	70,5	27,9	1,6	100,0
al mare	56,4	43,6		100,0
ai monti	75,0	25,0		100,0
<i>in un paese extraeuropeo</i>				
viaggio itinerante/visita alle città	59,5	40,5		100,0
al mare	17,4	82,6		100,0
ai monti	100,0			100,0
<i>in Italia</i>				
viaggio itinerante/visita alle città	97,0	3,0		100,0
al mare	90,5	8,0	1,4	100,0
ai monti	96,6	0,7	2,7	100,0
<b>totale</b>	<b>83,7</b>	<b>14,9</b>	<b>1,4</b>	<b>100,0</b>

Non per caso la quota di coloro che si fanno intermediare/impacchettare dalle agenzie scende su livelli assai più contenuti, quasi alla metà, nel caso dei viaggi esteri con caratteri esplorativo/culturali (città e modello itinerante). Più precisamente al 27,9 % nel caso delle escursioni in Europa ed al 40,5 % nel caso di quelle trans-continentali. Se il precedente vacanziero è catalogabile come turista-massa, il vacanziero esplorativo-culturale, per quanto quantitativamente rilevante

MeDeC

e con la tendenza a crescere di numero, è piuttosto inquadabile come il turista-individuo, che costruisce in autonomia il proprio percorso esplorativo e che, all'occorrenza, si avvale dei servizi d'agenzia solo come supporto.

Quanto al mezzo di trasporto utilizzato per recarsi al luogo di vacanza, a farla da padrone indiscusso è, naturalmente, l'automobile (74 %), specie con riferimento alle vacanze consumate in Italia. Il secondo mezzo in ordine d'importanza è l'aereo (17,9 %) il cui uso non ha concorrenti (sovente con altri mezzi d'appoggio come pullman e auto a nolo) nel caso dei viaggi trans-continentali. Nel caso dell'Europa l'uso dell'aereo, pure restringendosi, si tiene su valori significativi (attorno al 40 %). In generale, quanto a mezzi di trasporto, la vacanza europea è quella più diversificata: all'aereo si accompagna un uso altrettanto significativo dell'auto privata, ma anche, seppure con modalità assai meno sistematiche, del treno, del pullman, di camper ed auto a nolo.

Veniamo ora ad un altro aspetto d'interesse: la compagnia di viaggio. Di norma la gente va in vacanza con al seguito i propri familiari (57 %), in subordine con gli amici (24,8 %) o con il proprio partner (16,5 % - dove evidentemente s'intende la coppia senza figli coniugata o meno). Su frequenze residue, ma per nulla irrilevanti, si collocano i gruppi di coloro che le vacanze le condividono con i parenti (7,7 %) o con nessun altro (6,6 %).

Mezzo di trasporto usato nella vacanza più lunga colta secondo la destinazione

	aereo	treno	auto privata	camper	pullman	nave	auto a noleggio	imbarcazione	moto/bici-cicleta	altro	totale risp.
<b>zona geografica, località, mezzi utilizzati nella vacanza più lunga</b>											
<i>in un paese europeo</i>											
viaggio itinerante/visita alle città	39,3	6,6	47,5	3,3	9,8	1,6	6,6		1,6	1,6	61
al mare	43,6	3,6	45,5	9,1	5,5	5,5	9,1	7,3			55
ai monti	25,0		75,0								4
<i>in un paese extraeuropeo</i>											
viaggio itinerante/visita alle città	91,9	8,1	16,2	2,7	32,4		5,4	8,1			37
al mare	100,0		8,7		17,4						23
ai monti	33,3		66,7				33,3				3
<i>in Italia</i>											
viaggio itinerante/visita alle città		15,2	81,8	3,0	3,0	3,0		9,1			33
al mare	5,7	7,8	84,8	0,9	3,4	5,7		3,4	0,6		348
ai monti		3,4	93,2	0,7	4,1			0,7		0,7	147
<b>totale</b>	<b>17,9</b>	<b>6,5</b>	<b>74,0</b>	<b>1,8</b>	<b>6,2</b>	<b>3,5</b>	<b>1,7</b>	<b>3,2</b>	<b>0,4</b>	<b>0,3</b>	<b>711</b>

Quanto al tipo di vacanza è ovvio constatare come la vacanza con i familiari ed i parenti raggiunga le punte massime nei soggiorni stanziali in Italia. Il viaggio con gli amici è assai frequente, sino ad essere prevalente, nelle escursioni extra-nazionali, specie se con modalità esplorative/itineranti, mentre il mieloso viaggio con il *partner*, a segnalare la natura duale del turista-massa trans-europeo, ha frequenze più elevate (superiori al 30 %) nelle vacanze nei luoghi geograficamente più remoti.

In realtà la variabile esplicativa più rilevante nella definizione della compagnia di viaggio è l'età anagrafica. I giovani under 24, fra i quali sono molti coloro che si

affacciano alle prime vacanze al di fuori del grembo familiare, usano andare in vacanza soprattutto con gli amici (65,2 %), in una sorta di «branco di viaggio». Nella successiva cerchia anagrafica - quella fra i 25 ed i 34 anni - si nota un repentino mutamento. Il branco di viaggio scema di ben tre volte, assestandosi al 23,7 % dei casi, mentre sale significativamente la quota degli accoppiati (28,8 %) ed in modo straordinario quella inerente ai vacanzieri familisti (49,4 %). Il mutamento, come ovvio, trova spiegazione nel passaggio di ciclo di vita che si registra in questa fascia d'età che succede all'interregno giovanile. Al di sopra dei 24 anni, infatti, diventa raro trovare giovani che non abbiano un *partner* stabile o una famiglia (sovente con prole in tenera età), e che ancora soggiornino bradamente nel branco post-puberale. Ma a segnare il passaggio dal branco di viaggio all'intimismo solitario del rapporto di coppia e della famigliola nucleare, c'è forse qualche altro aspetto, derivabile, in ipotesi, dalle stesse esperienze di viaggio. In vacanza e durante i viaggi, come noto, per chi non è afflitto da insuperabili timidezze, è facile trovare nuovi amici sfruttando la superficiale immediatezza delle occasioni di socializzazione che si offrono (e si cercano). In compenso, per lo stesso identico motivo, è facile perdere gli amici tratti con sé in vacanza dalle proprie relazioni quotidiane. Nel branco di viaggio, soprattutto quando non è puro, cioè è scomposto in coppie, è possibile prevalga l'idiosincrasia ed il litigio è sempre pronto a scoppiare alle prime avvisaglie delle difficoltà che ogni viaggio inesorabilmente comporta. Collaudate amicizie sono sovente messe a dura prova da esperienze di viaggio collettive. Anche la coppia è esposta a rischi analoghi, ma in misura assai meno rilevante, grazie al fatto che la sua strutturazione tende ad indurre una forte sintonizzazione (e sopportazione) dei tratti biologici e fenotipici della relazione.

Proseguendo nella stratificazione anagrafica, si nota poi come nella classe centrale d'età - quella nel fiore dell'età fra i 35 ed i 44 anni - la vacanza familiare assume toni decisamente dominanti (80 % circa).

La prevalenza familiare, pur con un certo *decalage*, resta chiara ed indiscussa anche nelle classi più mature, fra i 45 ed i 64 anni, mentre scema sensibilmente nelle classi anziane over 64. Qui prende un corpo apprezzabile anche la vacanza con i parenti (20,9 %; verosimilmente con i figli ed annessi generi, nuore e nipotini) ed in solitudine (14,2 %; in ragione, naturalmente, di condizioni di vedovanza).

*Distribuzione della vacanza più lunga, colta per destinazione, secondo il tipo di accompagnamento*

	da solo	con i familiari	con parenti	amici	con il partner	totale risp.
<b>zona geografica, località, persone con cui ha trascorso la vacanza più lunga</b>						
<i>in un paese europeo</i>						
viaggio itinerante/visita alle città	6,6	36,1	1,6	49,2	16,4	61
al mare	3,6	41,8	3,6	36,4	29,1	55
ai monti		50,0		25,0	25,0	4
<i>in un paese extraeuropeo</i>						
viaggio itinerante/visita alle città	8,1	27,0	2,7	40,5	32,4	37
al mare		43,5	4,3	30,4	30,4	23
ai monti		33,3		66,7		3
<i>in Italia</i>						
viaggio itinerante/visita alle città	15,2	42,4	9,1	21,2	30,3	33
al mare	6,6	66,7	8,0	20,1	11,8	348
ai monti	6,8	61,9	12,9	16,3	13,6	147
<b>totale</b>	<b>6,6</b>	<b>57,0</b>	<b>7,7</b>	<b>24,8</b>	<b>16,5</b>	<b>711</b>

Il ricovero in muratura, ben strutturato, è la norma per il popolo dei vacanzieri. Riguarda quasi il 90 %, mentre solo il restante 10 % ha trascorso le vacanze in ripari mobili, leggeri od occasionali come tende, *camper*, *roulottes*, *bungalow*, ostelli, imbarcazioni da diporto, stanze presso privati.

Il soggiorno alberghiero - cioè, come si argomenterà, l'occasione più evidente della «piccola signoria» feriale - è la modalità di gran lunga prevalente, anche se non assolutamente maggioritaria. Ha riguardato il 33,7 % dei vacanzieri, il 42,8 % se si considerano anche coloro che hanno albergato in *residences* e villaggi turistici. L'uso dell'hotel tocca i valori massimi in corrispondenza dei viaggi a carattere culturale/esplorativo, salendo regolarmente al crescere della distanza: dal 45,5 % per le escursioni in patria al 63,9 % per quelle in Europa, sino al 75,7 % per quelle extra-continentali. Nei soggiorni a carattere climatico/stanziale l'uso dell'albergo ha valori contenuti, intorno al 30 %, con l'unica eccezione di quelli che si sono svolti in località marine extra-europee (dove l'indice supera il 70 % e si associa, peraltro, ad una forte rilevanza di *residences* e villaggi turistici).

La seconda modalità, con il 20,3 %, è costituita dalla vacanza in case in affitto per il periodo della stessa. Questa modalità è tipica dei soggiorni stanziali, sia marini che montani, sia italiani che europei, ed è fruita con intensità più elevata dalle persone avanti con l'età e dalle casalinghe.

La terza è il soggiorno nella casa di amici o parenti. A godere di questa vantaggiosa ospitalità, che riguarda pressochè tutti gli strati socio-demografici e sommarmente i giovani e gli studenti, è un apprezzabile 14,8 % di vacanzieri. *Chances* di questo tipo assumono un peso comparativamente superiore nell'ambito dei viaggi a carattere esplorativo/culturale, specie quando hanno le città come meta, non solo in Italia, ma anche in Europa e nel resto del mondo.

La quarta modalità, con il 12,5 %, è rappresentata dalla vacanza in alloggi di propria proprietà. In proposito i conti tornano, perchè in termini proiettivi, questi 70.000 individui e rotti quasi coincidono con quelli che hanno dichiarato di pos-

sedere una casa di vacanza. L'uso della propria dimora di vacanza è naturalmente un attributo esclusivo dei soggiorni a carattere stanziale nelle località marine e montane dell'Italia ed acquista un peso maggiore nelle classi d'età più anziane.

*Luogo di pernottamento nella vacanza più lunga colta secondo la destinazione*

zona geografica, località, tipo di alloggio utilizzato nella vacanza più lunga	casa in proprietà o affitto permanente	casa in affitto per periodi limitati	casa di amici/parenti	stanza in affitto c/o privati		campeggio			ostello	vill. turistico/residence	imbarcazione	altro mezzo
				albergo		in tenda	in roulotte	in camper				
<i>in un paese europeo</i>												
viaggio itinerante/visita alle città		11,5	16,4	4,9	63,9	6,6		4,9		1,6	4,9	3,3
al mare	1,8	23,6	3,6	5,5	38,2	5,5	1,8	9,1	1,8		9,1	3,6
ai monti		25,0			75,0							
<i>in un paese extraeuropeo</i>												
viaggio itinerante/visita alle città		2,7	10,8		75,7	2,7		2,7		8,1		8,1
al mare		4,3			73,9						26,1	4,3
ai monti		33,3			66,7							
<i>in Italia</i>												
viaggio itinerante/visita alle città	3,0	12,1	33,3		45,5	3,0	6,1	3,0			3,0	3,0
al mare	16,1	25,3	13,5	0,9	30,2	2,9	5,2	0,6	1,4		5,2	
ai monti	21,1	19,0	21,1	0,7	25,9	2,0	4,1	0,7	3,4		2,0	0,7
<b>totale</b>	<b>12,5</b>	<b>20,7</b>	<b>14,8</b>	<b>1,4</b>	<b>37,7</b>	<b>3,1</b>	<b>3,8</b>	<b>1,8</b>	<b>1,5</b>	<b>0,6</b>	<b>5,1</b>	<b>1,1</b>
												<b>0,4</b>

Quanto alle residue modalità, c'è da notare alcune ovvie correlazioni: il *camping* è frequentato soprattutto dai giovanissimi, particolarmente nei viaggi in Europa, sia itineranti che al mare, così come l'uso del *camper*, alla cui guida, però, si pongono di norma individui in età giovane-matura; la *roulotte* è invece utilizzata soprattutto nelle vacanze in Italia, anche in quelle stanziali.

### 3.6 La «sovranità» dei consumatori: una tipologia

C'è da dire, volendo svolgere una breve digressione generale, che le diverse modalità di soggiorno, per quanto condizionate sovente da situazioni necessarie legate alle disponibilità reddituali ed alle mutevoli situazioni di contesto, sono divise da nette marcature fenomenologiche.

L'opposizione più netta è quella che separa albergo e villaggio di vacanza, da una parte, e casa di vacanza, in proprietà o in affitto, dall'altra parte.

La *casa di vacanza* è legata indissolubilmente al territorio, ed anche l'alloggio in affitto, per quanto temporaneamente occupato, ha comunque un evidente significato stanziale. Tali modalità sono dunque relate ad istanze di radicamento, di consuetudine, di stabilità. L'essenza del piacere d'uso coincide con la variazione residenziale (sino al caso estremo del pendolarismo) in una visione integrata, differenziata, ma stabile e strutturata, del modo di vita. Il soggetto di riferimento è essenzialmente il nucleo familiare e la sua piena autogestione spazio-temporale.

Il valore d'uso dell'*albergo*, dalla più modesta pensione all'hotel carico di stelle ed al villaggio di vacanza, risponde ad altri requisiti funzionali e di *status*. Sia che venga utilizzato per la sola sosta temporanea, sia che venga fruito per soggiorni prolungati, il piacere dispensato da questo tipo di soggiorno sta proprio

MeDeC

nel più radicale rovesciamento delle condizioni della vita consuetudinaria. Il campo di riferimento non è lo spazio di garanzia dell'auto-riproduzione domestica familiare, bensì l'individuo come destinatario di servizi personalizzati, cioè l'individuo come «signore», totalmente emancipato (certo grazie alla corresponsione di denaro sonante) da ogni incombenza relativa alla sua gestione corporea. La *customer satisfaction* dell'hotel è segnata, non per caso, non solo dalla sua peculiare configurazione materiale ed ambientale, quanto dalla lussuosità del suo corredo funzionale e, soprattutto, dalle condizioni d'eccellenza del «servizio». Solo nell'hotel l'individuo sente di abbandonare la sua condizione ordinaria e necessaria di «produttore-lavoratore», ed entra in una dimensione che lo vede in quanto «consumatore sovrano», che gode della signoria corporea su altri lavoratori i cui servizi sono a lui dedicati. Certo tutto ciò è una finzione, perché il rapporto economico resta pur sempre un libero contratto mercantile, dove entrambi i contraenti sono tenuti a rispettare obblighi e diritti (per quanto l'interpretazione che ne dà il cliente è sempre necessariamente assai lasca). Il cliente, in termini giuridici, è appunto tale, non un signore; l'albergatore è un imprenditore che mira a far soldi ed il lavoratore non è un servitore bensì un salariato che può godere dei diritti sindacali o andarsene per la sua strada se il lavoro non gli aggrada. Cionondimeno la qualità dei valori d'uso che vengono mediati in questo rapporto di scambio simile a tanti altri, ha una propria distintiva qualità simbolica, senza la quale pochi alberghi avrebbero fortuna. Essa è data proprio dall'assunzione nel rapporto di scambio e nello stile di ogni minimo comportamento interattivo (un'assunzione che vale obbligatoriamente per tutti gli attori in gioco, cioè di chi serve e di chi riceve) del simulacro della condizione signorile (e servile). In questo senso gli alberghi, sono davvero, in senso foucaultiano, luoghi eterotopici, contro-luoghi dove prendono forma relazioni rovesciate ed atipiche rispetto ai ruoli dominanti nella società funzionale.

Questa interpretazione non cessa d'esser valida anche quando sono prese in esame strutture ricettive che per scelta o per necessità non possono o non desiderano perseguire la missione neo-signorile.

La *pensione familiare*, se non dispensa servizi sofisticati ed élitari e se non può, per sua natura, essere sottoposta al giogo dell'aristocratica capricciosità del cliente, offrirà comunque, ed a prezzi economici, qualcosa di raro ed estemporaneo: l'affabilità di un contesto familiare ed ospitale, la pace e la tranquillità, secondo uno stile *country* semplice, trasparente, sereno e genuino. Nella pensione o nell'albergetto, nel *bed and breakfast* o nella fattoria agri-turistica entra in gioco un'altro simulacro, dietro il quale si cela una situazione che nella vita ordinaria è altrettanto improbabile. Se non ti trasforma in un signore, l'operatore di turno cercherà di trattarti premurosamente come un amico o un parente conosciuti da

sempre (e infatti, nelle pensioni, quando il risultato si avvicina a quanto promesso, la clientela è assai più stabile che altrove).

Il *villaggio di vacanza*, per parte sua, è il più eterotopico di tutti i luoghi. Esso è di norma un sistema chiuso, che potrebbe a ragione apparire simile ad una prigione o ad un bagno penale. Entrando nel villaggio, attratti dalla *rèclame* di un qualche *tour operator*, i clienti, per libera scelta, sottoscrivono un contratto peculiare nel quale non solo è prevista, come in tutti gli hotel, la corresponsione dei servizi che sono prerogativa della condizione simil-signorile, ma anche, e paradossalmente, la sottomissione più completa ad un modello di socializzazione e ludicità che è agito da specifiche ed addestrate *équipes* di giovani ed attraenti operatori. Se l'Hotel e la pensione dispensano, partitamente, i simulacri della signoria e dell'intimità familiare, il villaggio di vacanza offre qualcosa di ancora più ardito: l'esperienza di una vita comunitaria basata sul dinamismo, la stimolazione sensoriale e simpatetica, la continua sollecitazione di ogni genere di relazione (ludica, sportiva, amorosa, danzante, naturalistica, gastronomica).

Un'esperienza, in più, totalmente irresponsabile perchè abilmente guidata da capi seducenti, comprensivi ed onniveggenti. Nel villaggio di vacanza si è portati con grande rapidità a fare gruppo, *training*, autocoscienza e partecipazione, aprendosi ad individui che nella vita d'ogni giorno non degnemmo d'uno sguardo.

Proprio in questo totale abbandono dell'individuo alla macchina ludico-comunitaria ed in ciò che ne consegue, cioè la dismissione fisica e psichico-cerebrale di ogni resistenza legata alle cristallizzazioni identitarie delle quali si è muniti nella vita ordinaria (di classe, *status*, cultura e stile di vita), in questo eguagliamento totale, regressivo ed infantile, sta consegnata l'efficacia della comunità di vacanza: un'efficacia che il villaggio impone ai propri avventori e che ha, a tutti gli effetti, evidenti caratteri terapeutici.

*Camperisti, roulottisti, campeggiatori*, seguono naturalmente modelli totalmente irriducibili ai precedenti. Finchè sono tali, e se si fa astrazione dal singolare costume di alcuni ad usare la propria *roulotte* o il più modesto carrello-tenda come una casa su ruote eternamente parcheggiata nel *camping* più prossimo, essi esprimono il rifiuto per il *comfort* strutturato, stanziale e possessivo della vacanza radicata nella casa (in proprietà o in affitto, che percepiscono come una prigione), ma anche per i simulacri neo-signorili, familiari e comunitari dispensati da hotel, pensioni e villaggi. Questi tipi di vacanzieri apprezzano soprattutto la sensazione di libertà individuale che è data dal nomadismo. E' in questa veste di nomadi o vagabondi che essi assaporano il gusto «miracoloso» della sovranità. In queste vacanze ci si sposta *on the road*, od *on the see*, da soli, con il proprio mezzo ed a proprio piacimento, seguendo o meno un piano di viaggio, ed accompagnandosi, nelle soste, con altri consimili (attendamenti improvvisati, piazzole per camper, campeggi, porti, stazioni, ecc.) così da condividere, al caso, anche epiche situa-

MeDeC

zioni tribalistiche e carovaniera. Il vacanziere nomade è un *hobo* situazionista - che viaggia con sacco a pelo, sulle sole zampette, o in lussuosi *caravan*, a seconda delle disponibilità di reddito. In questo senso è la figura più prossima all'arcaico pellegrino medioevale e partecipa anch'egli di un simulacro di sovranità: quella «apparentemente perduta a cui il mendicante può essere a volte vicino quanto il gran signore». Inoltre è anche l'uomo della «frontiera» del turismo territoriale, il primo avventuroso esploratore che apre la strada agli altri. A questa esperienza che è di norma di carattere giovanile, possono restare attaccati facendone uno stile vacanziero tanto più strutturato nel proprio tipo, anche individui che nella vita sono accasati in ferree *routines* lavorative. Mentre la popolazione alberghiera ama recludersi in *altri luoghi* extra-territoriali, in *exclaves* segregate, passando da un *luogo* a un *contro-luogo*, egli si muove dall'infinitamente piccolo della vita quotidiana all'immensità spaziale del territorio, cioè dal *luogo che è sempre uguale* all'eccitante esperienza di *tutti i luoghi*, cioè, in sintesi, all'astrattezza del *non-luogo*.

Se ne deduce, chiudendo questo lungo *excursus* empirico sulle vacanze, che il popolo dei vacanzieri può essere suddiviso in sottospecie diverse e caratteristiche, tendenzialmente tipico-ideali: quelli che cercano ed effettivamente godono di luoghi posti in relazione di affinità e continuità con la vita ordinaria (circa un 45 %), e quelli che si calano apposta in luoghi altri e rovesciati, neo-signorili, neo-familiari e neo-comunitari (anch'essi sul 45 %), e quelli, infine, che opzionano il nomadismo portandosi la casa di vacanza appresso, nello zaino o sulle ruote, come chiocciole che si muovono a grande velocità (un residuo ed approssimato 10 %).

#### 4. I bolognesi e l'Unione Europea

##### Prologo

E' noto come gli italiani siano sempre stati, fra i popoli del vecchio continente, i più convinti assertori dell'Europa. Il paradosso di un popolo animato da una insuperabile coscienza europeista ma comunemente giudicato, quanto a stile e comportamenti, il meno europeo di tutti, ha molte e varie spiegazioni, fra le quali lo scarso spessore ed il problematicismo dell'identità nazionale e la bassa resistenza opposta da sentimenti localisti (pure assai vigorosi) a identificazioni di carattere trans-nazionale.

E' noto altresì come l'europeismo, comunque assai diffuso fra tutti gli strati della popolazione, sia comparativamente più accentuato, di norma, presso gli strati superiori ed intellettualizzati. Un corollario di questa inclinazione è che l'europeismo è sempre stato enfatizzato di più, nel passato ed in contro-tendenza rispetto



ad altri paesi europei, da parte dell'opinione pubblica con orientamento di centro e di destra. Questo aspetto, che era tipico degli '80, ha subito una forte modificazione nei '90, tanto che oggi i più convinti europeisti sono nell'elettorato di centro-sinistra, mentre quello di centro-destra annovera euroscettici in dosi crescenti tendendo ad una rapida omologazione con gli elettorati affini degli altri paesi (cfr. R.Biorcio in Abacus, *Italia al microscopio*, Milano, 1998).

#### 4.1 L'Europa dei sacrifici e delle chances

Qual'è in proposito l'opinione dei bolognesi ? Ad essi, allo scopo sono state formulate alcune domande riferite all'ingresso nella moneta unica, tanto più emblematiche perchè riferite ad un periodo cruciale quale quello che ha immediatamente seguito, in materia, i più importanti adempimenti governativi.

Il quadro emergente da questo carotaggio parla di sentimenti europeisti assai vasti e pervasivi, molto al di sopra delle già elevate medie nazionali.

Quasi l'80 % dei bolognesi considera che l'ingresso nell'Euro porterà all'Italia rilevanti benefici; altrettanti giudicano con favore il superamento delle divise nazionali; il 70 % giustifica i sacrifici economici sopportati per il risanamento finanziario che ha reso possibile l'aggancio con i draconiani parametri di Maastricht.

Percentuali più contenute, ma pur sempre nettamente maggioritarie e da leggere in contrappunto agli orientamenti avversi, si riscontrano infine su altri due *items*. Il 55 % reputa che il ruolo della UE sia destinato a crescere, ma solo il 3,5 % pensa il contrario (il 28,8 ipotizza un'evoluzione stazionaria ed il 12,7 % non sa esprimersi). Il 47,4 % giudica appropriata o abbastanza appropriata l'azione svolta dal governo per l'ingresso nell'Euro, ma solo il 18,7 % esprime un giudizio negativo (mentre il 16,8 % non vuole o non sa rispondere ed il 17,1 % rileva come l'azione del governo sia stata un fatto obbligato, prima ancora che una scelta). L'europeismo e la sostanziale accettazione dei vincoli e delle scelte imposti dal nuovo quadro europeo, politico ed economico, costituiscono una consapevolezza unificante che permea l'intero corpo sociale, dagli strati alti a quelli bassi, per reddito o istruzione, dai giovani agli anziani, dagli uomini alle donne. Laddove si manifestano differenze di un certo rilievo esse non sottendono tanto il divaricarsi di opzioni quanto la minore esposizione all'informazione e la più bassa propensione all'espressività che sono tipici negli strati anziani e nelle correlate posizioni dei pensionati e delle casalinghe. Ci sono solo due aspetti sui quali si evidenziano alcune difformità rispetto all'opinione media. Il primo di questi riguarda l'assai più contenuto entusiasmo delle casalinghe rispetto al prospettato superamento della moneta nazionale (circa un terzo di esse è decisamente avverso all'uso dell'Euro).

MeDeC

Il dato trova però spiegazione, in via di ragionevole ipotesi, non certo in un rigurgito di nazionalismo monetario, bensì nella preoccupazione suscitata dall'eventualità di dover maneggiare una divisa sconosciuta abbandonando, con il rischio di rimetterci, consolidate abitudini di spesa.

L'altro aspetto inerisce alla superiore criticità che gli strati dei giovani under 24, dei ceti superiori e degli studenti, riservano all'azione del governo nel passaggio all'integrazione europea. Circa un terzo di questi gruppi considera infatti l'azione del governo poco o per nulla appropriata. Anche in tal caso tuttavia ciò non sembra sottolineare un minor tasso di europeismo, quanto l'esistere, in tali strati, di più radicate, per quanto sempre minoritarie, pregiudiziali politiche antigovernative.

#### 4.2 L'Europa sociale

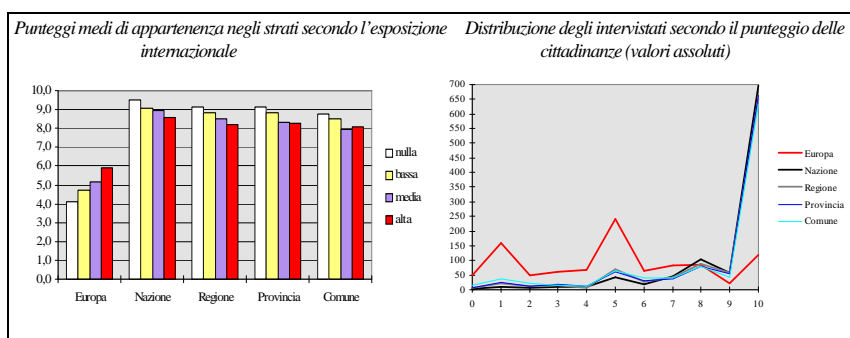
L'Unione Europea per fare cosa ? Alla domanda circa le due azioni che l'UE deve intraprendere prioritariamente una volta conseguita l'unificazione monetaria, gli intervistati hanno posto in risalto soprattutto le politiche d'ordine sociale: combattere la disoccupazione, innanzitutto (con il 66,7 % delle indicazioni), la povertà e l'emarginazione sociale (40,1 %), quindi il crimine organizzato (39,7 %) e infine, al quarto posto, la difesa dell'ambiente (25,7 %). Politiche di carattere istituzionalistico e finanziario (come l'accrescimento del ruolo UE nel mondo, la politica monetaria, la certificazione di qualità, l'allargamento della UE a nuovi Stati) hanno invece ottenuto riscontri assai limitati, sempre al di sotto del 7 %. E' dunque evidente come dopo i sacrifici imposti dall'unificazione monetaria, l'attenzione si sia spostata soprattutto sulle tematiche sociali e della sicurezza, a sottolineare la necessità di una finalizzazione in termini d'integrazione sociale della raggiunta integrazione economica. Questa istanza sociale e securizzante, anch'essa assai diffusa e condivisa, è particolarmente avvertita dagli strati popolari più deboli: anziani, pensionati, casalinghe, disoccupati. Per contro le tematiche di carattere ambientale, ma anche quelle minori (monetarie, di politica estera ecc.) toccano maggiormente la sensibilità degli strati «forti» della società: persone giovani-mature, con alti titoli di studio, in condizione superiore o impiegatizia, con più elevata esposizione internazionale.

#### 4.3 Le cittadinanze: da casa propria all'Europa

L'ultimo *item* sottoposto alla valutazione degli intervistati ha cercato di saggiare, in modo necessariamente superficiale data la vastità e complessità del tema, la rilevanza delle diverse stratificazioni di *citizenship* messe alla prova dall'emergenza dello spazio europeo. Alla popolazione selezionata è stato chiesto di pronunciarsi su ciascuna dimensione identitaria (europea, nazionale, regio-

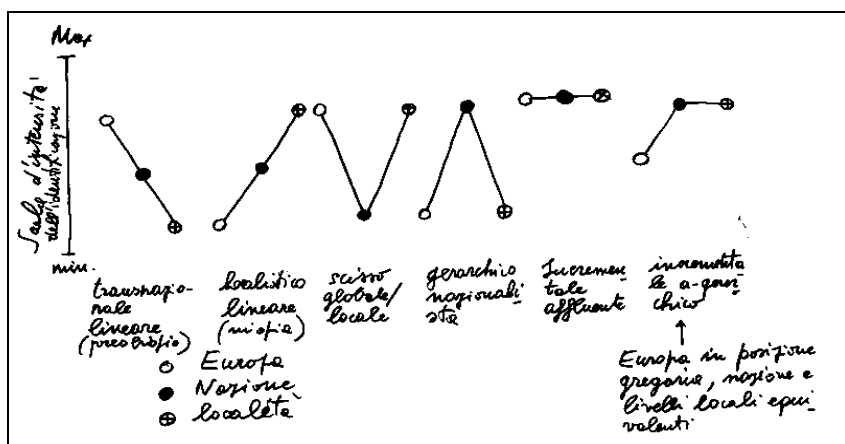
nale, provinciale, comunale) utilizzando una scala da 1 a 10 (le non risposte, risultate peraltro assai contratte, sono state classificate come 0).

Come si può constatare dai grafici l'appartenenza europea è ancora ben lungi dall'avvicinarsi ai valori plebiscitari che contraddistinguono le appartenenze nazionale e sub-nazionale. Il riconoscimento della UE e l'adesione al progetto europeista non si sono ancora trasformati, con ogni evidenza, in una identità condivisa capace di reggere il confronto con il tessuto delle tradizionali identificazioni geo-politiche. Il quadro, tuttavia, è in movimento: per il 31,6 % degli individui (coloro il cui voto si muove fra 0 e 3) l'appartenenza europea è un dato del tutto estraneo o denegato; il 37,4 % dichiara un'appartenenza debole e subordinata, seppure in qualche misura avvertita (punteggi fra 4 e 6); per il 31 % essa si staglia ormai con nettezza al fianco (assai più raramente al di sopra) delle identificazioni nazionali-locali (punteggi da 7 a 10). Quest'ultima, a pensarci bene, non è cifra da poco, poichè implica, nell'area bolognese, circa 250.000 individui in età di voto.



Questa *élite* con un «io multiplo» ed a valenza trans-nazionale, che spazia dal localismo all'internazionalismo, è diffusa un poco in tutti gli strati socio-demografici, anche se ha in talune cerchie socio-demografiche i propri portatori privilegiati: persone nel fiore dell'età, con alti titoli di studio, in condizione superiore, impiegatizia o studentesca, e, naturalmente, con alta esposizione internazionale.

*Tipi ipotetici di strutturazione delle identificazioni geo-politiche territoriali*



Fra i tanti modelli immaginabili (come nel disegno), in termini generali il modello identitario prevalente nell'area bolognese ha una peculiare configurazione che potremmo definire tendenzialmente *incrementale* ed *a-gerarchica*.

In questo modello l'identità trans-nazionale ha carattere ancora gregario, mentre l'identità nazionale occupa una sfera pervasiva, ma è incapace di una forza di ordinamento gerarchico, specie nei confronti delle identificazioni locali-regionali. Se si accolgono gli orientamenti prevalenti nell'*élite* ad alta esposizione internazionale come un segnale evolutivo, si può ipotizzare, per il futuro, un progressivo avvicinamento ad un modello che potrebbe essere chiamato *incrementale affluente* e totalmente a-gerarchico, nel quale l'appartenenza europea tende a lievitare accostandosi paritariamente alle modalità nazionali e locali del sè geosociologico.

##### 5. Nuovi luoghi comuni on the world: sulle rotte dell'occidente neo-tecnologico e dei mari del sud.

###### Una geo-conclusione

Sulla base delle informazioni acquisite in materia geografica, sia con riferimento ai paesi guida (politici, culturali, storico-paesaggistici) ed alle città (conosciute, desiderate, frequentate), sia con riferimento ai luoghi di vacanza (toccati nel corso dell'anno), è possibile avventurarsi in una esercitazione di toponomia cartografica, dotata, forse, di qualche senso.

Allo scopo possiamo immaginare la popolazione bolognese come un soggetto unitario, dotato, junglianamente, di proprie istanze psichiche: un desiderante ed archetipico *inconscio collettivo* (le città e le rotte geografiche dell'immaginario),

un *sè* geo-sociologico e funzionale (le località frequentate), un *super-ego* geopolitico e culturale (che si proietta nei paesi-guida).

I nomi che queste istanze psichiche raccontano possono essere visualizzati in una visione icno-scenografica mirante a rappresentare una sorta di mappatura pratico-mentale del mondo conosciuto e immaginato - una mappatura, come nella stilizzazione ideogrammatica che segue, nella quale si evidenziano scale percettive di distanza/vicinanza, polarizzazioni geografiche e campi mnemonici, linee di forza, gerarchie, interdipendenze, stazioni funzionali. E' una geografia dell'immediatezza sensibile basata sull'evidenza stereotipica delle immagini e delle libere associazioni fra le stesse, cioè quel tipo di geografia da cartolina illustrata che può evidenziarsi tramite un sondaggio telefonico, che è, naturalmente, quanto di più superficiale ci si possa immaginare, ma proprio per questo anche di più prossimo alle profondità che si spalancano ipnoticamente sul lettino dello psicoanalista.

Al centro dello spazio-mondo immaginario si colloca l'*Etruria*, ovvero il territorio di prossimità dei bolognesi (A). Questo spazio, una sorta di *noi* macro-regionale, è identificato dalla città-capitale nazionale (Roma) e da Firenze, ed ha ai suoi margini diverse stazioni turistico-climatiche: l'Appennino tosco-emiliano, la riviera adriatica, la costa e le isole della Toscana.

La direttrice attrattiva extra-nazionale più forte passa per la stazione funzionale di Milano (che è città della pratica, per nulla del desiderio) ed è orientata verso Nord-Ovest (1: la *rotta delle capitali nord-occidentali*) aprendosi su un insieme di campi iconografici gerarchicamente ordinati da Parigi (che è dunque riconosciuta come capitale europea) e dallo spazio geo-politico e culturale francese. Sulla rotta delle capitali delle antiche «nazioni-impero» nord-occidentali, volendo usare la tipizzazione di Stein Rokkan, Londra ed il modello politico del Regno Unito si pongono in posizione secondaria ma dotata di alta rilevanza. L'insieme di questi campi contigui e sovrapposti, urbani, ambientali, politici e culturali, dà corpo ad una polarizzazione areale dotata di una supremazia schiacciante, tale da porla inequivocabilmente, in termini di geografia percettiva, come il «centro dell'Europa».

La direttrice europea denominata come la *rotta iberica* (2), investe l'area franco-provenzale ed iberica, con le città emergenti di Barcellona e Madrid e le stazioni turistiche della costa e delle isole spagnole. L'attrattività di quest'area è determinata non solamente dalle localizzazioni urbane e turistiche del Mediterraneo occidentale, ma anche dalla seduzione esercitata dal modello geo-culturale iberico, che si pone, assieme alla Francia, come grande referente ideal-tipico nella definizione dello stile di vita.

Un'altra direttrice (3: la *rotta della mitteleuropa o danubiana*) ha toni relativamente sostenuti ed è dotata di un'identità ricca di complessità e spessore. Essa si

distende dall'ambito vicinale di due forti polarizzazioni endo-nazionali (Venezia, come città-desiderio, ed il distretto climatico dolomitico) allo spazio delle nazioni centro-europee e della pertinente rete di città (Vienna, Praga, Budapest, ma anche Salisburgo ed Innsbruck, nonché Monaco, però come stazione funzionale). Il meso-spazio danubiano è strutturato dal magnetismo delle *Altstadt* imperiali e delle *KleineStadt* vallive, ma è anche qualificato dall'attrazione esercitata, sempre alla stessa scala d'intensità, da due modelli politico-sociali: quello germanico e quello dei paesi alpini.

Quanto alle direttrici europee vanno inoltre segnalate due rotte minori e marginali. La rotta delle città renane il cui corridoio si apre sulle capitali nordiche, sede di un modello socio-politico (quello scandinavo) dotato di una qualche riconoscibilità. E quella che porta alle stazioni turistiche del mediterraneo orientale con le attrattive climatico-balneari della costa adriatica (Croazia) e dell'Egeo (Grecia, soprattutto, e Turchia).

Le rotte trans-continentali, come agglutinazioni di toponimi ricorrenti, possono essere immaginate, per parte loro, come prolungamenti delle direttrici europee, sia in termini di proiezione geo-fisica che di concatenazioni suggestive. Il responso dei dati restituisce, in proposito, tre linee di forza: una dominante ed egemone, un'altra con caratteri secondari ed alternativi, un'ultima di tono marginale ed evanescente.

La rotta dominante è senza dubbio quella *Atlantica* (1.1) che dal campo dell'Europa nord-occidentale muove verso gli Stati Uniti e da qui all'altro spazio oceanico: il Pacifico, con le città della *West Coast* (San Francisco e Los Angeles, ma anche Vancouver) e delle sponde opposte (Sidney, soprattutto, ma anche Tokio). La rotta atlantica satura quasi per intero l'immaginario trans-continentale (nonché buona parte delle esperienze conoscitive) ed individua in New-York l'indubbia capitale mondiale, come Parigi lo è dell'Europa. New-York e gli States sono percepiti come il sogno della modernità e l'epicentro dello spazio-mondo, sia economico che culturale.

La *rotta dei tropici* (2.2) ha caratteri alternativi ed è quasi interamente praticata e percepita in funzione delle polarizzazioni naturalistico-culturali dei Caraibi (Città del Messico e l'Avana, Cuba, il Messico e le Antille), cioè del tropico del Cancro, assai più di quello del Capricorno, che si pongono come grande terminale dei viaggi verso i mari caldi del continente latino-americano. Essa può essere considerata, essendo ad essa largamente affine tanto come modalità che come intensità, come un prolungamento della rotta iberica.

La *rotta nord-Africana e Medio-Orientale* (4) ha modalità attenuate e rarefatte. Essa è strutturata essenzialmente dall'emergenza del Cairo come meta, o stazione urbana, dell'escursionismo e dalle polarizzazioni turistiche del Mar Rosso e dell'Oceano Indiano. Ancor più debole è il suo prolungamento verso l'oriente

(4.4) lungo le rotte dei mondi della tradizione culturale (dove solo Pechino ha una minima consistenza come città-desiderio).

Il senso di questa mappatura pratico-mentale non lascia adito a dubbi.

L'oggettivazione geografica delle istanze psichiche della popolazione metropolitana bolognese parla con chiarezza un insieme di linguaggi che sono altrettanti *luoghi comuni* dello spazio-mondo contemporaneo, ovvero della cultura e dei simboli in esso dominanti. La «circolazione iconografica» spinge inequivocabilmente verso occidente, sospinta da possenti modelli di identificazione ed aspettative di gratificazione libidica.

Al centro di queste spinte si pongono due grandi centri egemonici. Quello europeo nord-occidentale, con le sue famose *world cities*, con Parigi in indiscussa posizione primaziale, poste a capo di nazioni forti e rispettate e che agiscono come paradigmi socio-politici apicali. E quello che struttura il macro-spazio atlantico, in cui gli Usa e New York sono percepiti come *summa* mondiale dei valori-guida dell'economia-mondo: la modernità neo-tecnologica e la post-modernità sociale, la finanza e la produzione multimediativa dell'immaginario mondiale.

Un altro modello di riferimento si localizza sempre a occidente, ma più a Sud, ai tropici, ed ha, a prima vista, i caratteri di un percorso alternativo. Se il primo mondo parla il linguaggio egemonico dell'occidente, ovvero della modernità e delle sue potenze produttive, questo mondo oppone il linguaggio del corpo, della gestualità, della natura e dell'immediatezza sensibile. Ma l'opposizione è apparente, perchè questo mondo solare e luminoso coincide, essenzialmente, con una grande stazione turistica, una riserva esotica della quale è peraltro possibile disporre grazie ai mezzi messi a disposizione dal primo mondo. Anche Cuba, del resto, almeno in termini funzionali, è sulla via del ritorno a ciò che era un tempo: una stazione di *loisir* per gli *yankee* muniti di dollari (o Euro).

Dunque: in questa adesione massiva ai «luoghi comuni» della globalizzazione si vede l'ottima esposizione internazionale dei bolognesi. Naturalmente, per quanto minoritaria, c'è una quota non piccola di persone che all'appello dell'internazionalizzazione è assente. Come si è visto all'inizio della ricerca, poco meno di un terzo dei bolognesi, cioè circa 240.000 individui over 18, accusano un'esposizione internazionale nulla, cioè sono muti e sordi, non viaggiano, non conoscono lingue, mondi e paesi. Stanno consegnati nella vita domestica, intimoriti dal mondo, in condizioni, sovente, di marginalità sociale. Fra questi molti non fanno vacanze o si accontentano di veramente poco. Non conoscono neppure i nomi, il loro orizzonte geografico è muto, e i loro desideri non ne traggono alcuno stimolo.

Tuttavia non c'è solo l'afasia del sottoproletariato della globalizzazione. Anche fra coloro che parlano è interessante osservare i vuoti ed i silenzi lasciati scoperti

o celati dalla dominante direzione di marcia. Fra questi silenzi, due, in particolare, proiettano un'eco del tutto fragorosa.

E' il caso, innanzitutto, dell'Europa orientale e più espressamente dell'ex-Urss. E' impressionante constatare l'azzeramento pratico e simbolico che è susseguito al crollo di quel sistema geo-politico - un sistema che pure ha goduto, a Bologna ed in Emilia, di una forte ricettività di massa, sia in termini di modello politico-sociale che di riferimento geo-spaziale (anche come itinerario turistico). Questa eclisse, che il sondaggio pone in risalto come un'assenza senza però poterne misurare la portata comparativa, ha implicazioni relevantissime in una valutazione d'insieme dei mutamenti afferenti alle sovrastrutture mentali del locale modello societario.

L'Emilia-Romagna, sin da quando è uscita dal particolarismo urbano dell'*ancien régime* ed ha cominciato ad auto-comprendersi come regione, è evoluta nel tempo conservando i tratti originari di una popolazione radicata nel proprio territorio; uno spazio interno, logicamente focale nel sistema nazionale, ma non frontaliero, a bassa emigrazione ed immigrazione, in sintesi una regione che il geografo Fremont definirebbe «radicata», con forti ascendenze contadine ed un modello di sviluppo auto-centrato, basato sulla mobilitazione delle risorse locali. Una regione ortogenetica, dunque portata a sintetizzare culture e comportamenti consegnati nel proprio *milieu* storico e nel *folk* territoriale, ma cionondimeno (e forse proprio per questo) una regione aperta sul mondo, non solo perchè *export oriented*, ma perchè attraversata da una fervida e paradossale immaginazione geo-culturale. A partire dal secondo dopoguerra, anche come conseguenza degli avvenimenti bellici e della guerra partigiana, l'immaginario degli emiliano-romagnoli ha assunto una curiosa forma duale ed ecumenistica: da un lato il mito sovietico, la patria del socialismo mondiale, del primato dell'ordine e dell'organizzazione collettivi, del partito, dall'altro lato il mito americano, il mondo dell'individualismo e della modernità innovatrice, magari recepito e rimetabolizzato (come è avvenuto nei '60) attraverso l'importazione delle contro-culture giovanili. Innumerevoli episodi di fenomenologia socio-culturale potrebbero essere portati a supporto di questa singolare endiade: le legioni di individui registrati all'anagrafe con nomi russi (gli *Ivan*, i *Boris*, gli *Omer*, i *Vladimir*, le *Vanje* e le *Katje*...) o americani (i *Walter*, i *William* ecc.), ma anche l'incredibile proliferazione di orchestre *Jazz e rock* (dove la cultura popolare padano-emiliana assume le forme originali di un *country* cosmopolita...) incubate in sezioni di partito, sale alla Filuzzi e feste de l'Unità; e ancora l'amore per i motori, la velocità, per ogni diavoleria consumistica con caratteri «nuovi» importata d'oltre oceano. Non v'è dubbio che una parte considerevole della popolazione emiliana ha coltivato il sogno di questa endiade: assimilare i due poli del mondo (invertendone l'ordine, con l'URSS a rappresentare il «primo mondo» e gli USA il secondo) e



metabolizzarne i significati antipodici, «superandoli» in una originale sintesi locale. C'è stato un tempo in cui i viaggi all'Est, oltre il muro, alla ricerca di un altro mondo - il socialismo, l'ordine, l'ingenuità pre-consumistica, l'autenticità, le affascinanti donne slave - erano altrettanto frequenti dei viaggi verso l'Ovest. Tutto ciò ha subito una drastica amputazione, uno dei nomi dell'endiade è stato cancellato, per lasciare posto ad un esclusivo riorientamento occidentale, atlantico-europeo. Dal dualismo culturale tratto dalla divisione bipolare del mondo si è passati al monismo della globalizzazione. Si tratta di vedere cosa ne verrà di buono, perchè quella doppiezza è stata, per lo sviluppo regionale, tutt'altro che un limite, bensì un inprevisto fattore di crescita. O forse ci si può aspettare che da questa uniformizzazione sbocchi prima o poi, dialetticamente, una nuova opposizione.

C'è una seconda assenza che non può passare inosservata. Essa riguarda ancora l'oriente, non quello ex sovietico europeo, questa volta, ma l'oriente vero: il mondo asiatico delle grandi culture della tradizione, il «terzo-mondo», diverso, estraneo ed ostile alla modernizzazione occidentale ed alla razionalità calcolante. Su questa tratta, che nei '60 e ancora nei '70 godeva di un fascino considerevole, si trovano oggi solo radi pellegrini, mentre crescono in guisa esponenziale i *charter* che, malgrado la vicinanza della Mecca, atterrano nelle paradisiache *oasi-club* del Mar Rosso e dell'Oceano Indiano. Quando agisce come richiamo, l'Asia (quella maggiore e quella minore, ma anche l'Africa) è tradotta all'insegna del godimento esotistico - un tropico come un altro, forse con prezzi più bassi - non più dell'avventura spirituale, esoterica e misteriosofica. Anche questo è un segnale dell'eclisse dei mondi «altri» ed una prova inequivoca dell'unidimensionamento in corso. Del resto il turismo di massa ha non poche responsabilità nella messa in angolo di questi mondi e nella loro triste riesumazione come simulacri vojeristici ad uso dei *tour operator*.

Merita infine d'essere segnalato un ultimo aspetto. Esso riguarda la percezione dello spazio di prossimità. Poco più avanti è stato fatto coincidere, non a caso, con l'Etruria. Quanto a città e ambienti dichiarati secondo il desiderio e l'attrattiva elettiva, i bolognesi mostrano di preferire di gran lunga luoghi dell'Italia centrale. Nella mappatura delle istanze sub-nazionali, la linea Gotica ha le forme di un crinale piatto ed evanescente, che semmai dovrebbe essere spostato più a nord, in modo da marcare con nettezza la separazione dell'area bolognese dal proprio referente territoriale padano. E' versomile che questa mappatura segnali un reale sentimento di prossimità fra Bologna e l'Italia centrale, il cui modo ed ambiente di vita, come noto, è di gran lunga il più apprezzato dagli italiani. In effetti forse Bologna continua ad essere amata dagli altri perchè è percepita come la città più a nord dell'Italia etrusca, e nello stesso tempo come la città

*MeDeC*

più meridionale ed etrusca dell'Italia celtico-padana. Ma questa è materia di un nuovo sondaggio .....