

Enciclopedia Sociologica dei Luoghi

Volume 3

a cura di Giampaolo Nuvolati



Enciclopedia
Sociologica
dei Luoghi

Volume 3

a cura di Giampaolo Nuvolati

Ledizioni

Il lavoro di coordinamento per la realizzazione del Volume 3 è stato svolto da Monica Bernardi e Luca Bottini.

Il Volume è stato pubblicato con il contributo del Dipartimento di Sociologia e Ricerca Sociale dell'Università degli Studi di Milano-Bicocca.

© 2020 Ledizioni LediPublishing
Via Boselli, 10 – 20136 Milano – Italy
www.ledizioni.it
info@ledizioni.it

Enciclopedia Sociologica dei Luoghi. Volume 3, a cura di Giampaolo Nuvolati

Prima edizione: novembre 2020

ISBN cartaceo 978-88-5526-360-3
ISBN eBook 978-88-5526-361-0

In copertina:
Progetto grafico: ufficio grafico Ledizioni

Informazioni sul catalogo e sulle ristampe dell'editore: www.ledizioni.it

Le riproduzioni a uso differente da quello personale potranno avvenire, per un numero di pagine non superiore al 15% del presente volume, solo a seguito di specifica autorizzazione rilasciata da Ledizioni.

Indice

Nota introduttiva <i>di Giampaolo Nuvolati</i>	9
---	---

A

Le aree gioco nei giardini e nei parchi pubblici urbani <i>di Francesca Zajczyk e Licia Lipari</i>	17
---	----

I luoghi dell'arte nello spazio urbano: dal monumento alle pratiche partecipative <i>di Francesca Guerisoli</i>	41
--	----

Autostrade. Reti asfaltate e “cluster urbani” <i>di Alfredo Agustoni</i>	63
---	----

B

La biblioteca: una centralità urbana <i>di Maurizio Bergamaschi</i>	81
--	----

Il borgo: eredità e rigenerazione <i>di Paola de Salvo e Marco Pizzi</i>	99
---	----

C

Il cimitero: spazio eterotopico di separazione o di aggregazione? 119
di Moreno Zago

Il condominio: da spazio comune a comunità elettiva 139
di Silvia Mugnano

F

Il faro: la parabola delle case della luce, dalla logistica marittima
al turismo evoluto 157
di Emilio Cocco

M

I mercati settimanali: la ricerca dell'affare e la frequentazione
dello spazio pubblico 175
di Fiammetta Fanizza

O

Gli orti urbani. Un campo di pratiche conflittuali 199
di Giuseppe Caridi

Gli ospedali psichiatrici: luoghi eterotopici tra storia e memoria
della follia 215
di Sonia Paone e Luigi Pellizzoni

P

Portici e sotto-cavalcavia come beni comuni: rifugi naturali urbani
e occasioni per rigenerare insieme la città 239
di Daniela Ciaffi ed Emanuela Saporito

Il porto: l'interfaccia tra terra e mare 263
di Emilio Cocco

Q

- Quartieri etnici, quartieri di immigrazione. Dinamiche segregative
e politiche desegregative 281
di Alfredo Agustoni e Alfredo Alietti

R

- Le residenze universitarie: spazi polifunzionali per l'istruzione superiore 303
di Eduardo Barberis e Nico Bazzoli
- Il ristorante: trama, attori e palcoscenico di un'invenzione
che ha rivoluzionato il mangiare pubblico 327
di Paolo Corvo, Riccardo Migliavada, Dauro Mattia Zocchi

S

- Le spiagge: un instabile equilibrio tra uomo e ambiente 347
di Gabriele Manella

S Le spiagge: un instabile equilibrio tra uomo e ambiente

di Gabriele Manella¹

Il contributo presenta le principali caratteristiche e funzioni della spiaggia, sottolineandone i cambiamenti a livello morfologico-architettonico e socio-culturale. Nella prima parte vengono forniti alcuni cenni storici su questi luoghi: a lungo evitati dall'uomo oppure fruiti esclusivamente dai lavoratori legati al mare, vanno via via popolandosi di persone e attività, soprattutto turistiche; gran parte degli usi, delle relazioni, delle strutture e dei servizi della spiaggia moderna e contemporanea si lega quindi alla vacanza ed ai suoi significati. Si approfondisce infine il caso italiano della riviera romagnola, attraverso la presentazione di alcune ricerche sociologiche che hanno considerato sia la domanda sia l'offerta turistica.

This contribution focuses on the main characteristics of the beach, with attention to the morphological, architectural, social and cultural changes occurred. In the first part, some historical details on these places are provided; beach has been long avoided or used only by workers linked to the sea, but we gradually see an increase of users and relations, as well as a stronger and stronger link with tourism. We will see that most uses, relations, structures and services of the modern and contemporary beach are connected to holiday and its meanings. In the last part, the case of the Riviera Romagnola in Italy will be considered, through the presentation of some sociological studies focused both on tourist demand and on tourist supply.

1. Definizione e storia

La storia dell'uso della spiaggia è probabilmente lunga come quella dell'umanità. A differenza di molti luoghi trattati in questa enciclopedia, però, non nasce quasi mai per opera dell'uomo ma come un fenomeno naturale; nel dare una definizione, dunque, sembra opportuno partire proprio da qui. Secondo

¹ Gabriele Manella è professore associato in Sociologia dell'Ambiente e del Territorio all'Università di Bologna, dove è anche segretario del Ce.P.Ci.T. (Centro Studi sui Problemi della Città e del Territorio). È inoltre Segretario dell'Associazione Mediterranea di Sociologia del Turismo.

l'enciclopedia Treccani, la spiaggia è una parte della costa, in parte emersa e in parte sommersa dall'acqua. Più precisamente, è un lembo di terra costituito da materiali sciolti come sabbie e ghiaie, compreso tra il limite superiore e il limite inferiore di azione delle onde. Dal punto di vista morfologico, si compone di tre parti che si susseguono da terra verso l'acqua: la spiaggia emersa o retrospiaggia, la spiaggia intertidale e la spiaggia sottomarina o esterna o sommersa (<http://www.treccani.it/enciclopedia/spiaggia/>). Come si evince dalla definizione stessa, questo luogo si lega anzitutto e soprattutto alla presenza del mare. I contenuti e gli esempi di questo contributo ne terranno quindi conto, senza però dimenticare che ci sono molte spiagge anche sulle rive dei laghi e dei fiumi, nelle quali peraltro si trovano non di rado comportamenti e infrastrutture simili a quelle delle spiagge marine.

L'uso e la percezione della spiaggia sono ovviamente cambiati molto nei secoli. Provando a semplificare, nell'antichità la spiaggia è stata associata soprattutto al pericolo, ad una linea di confine verso l'ignoto del mare e di quello che c'era oltre, nonché dei tanti pericoli che da lì potevano arrivare: uragani, inondazioni, eserciti, pirati, navi cariche di malattie, ecc.. I paesaggi costieri hanno quindi ispirato bellezza ma anche paura; proprio guardando il mare, ad esempio, la scrittrice Mary Shelley propone la definizione di "sublime", cioè di qualcosa di bello seppure terrificante. Anche la letteratura epica e quella sacra ci ricordano questi aspetti: basti pensare a Scilla e Cariddi nell'Odissea o al diluvio universale nella Bibbia.

Questa immagine ha probabilmente influito all'uso che è stato fatto della spiaggia per gran parte della storia dell'umanità, un uso quasi esclusivo da parte di chi era impiegato nei tanti mestieri del mare: dalla pesca alla nautica, dalla marina mercantile a quella militare.

Una prima "rivalutazione" della spiaggia arriva dall'Inghilterra nel XVII secolo, e più precisamente da Scarborough, dove viene scoperta una sorgente di acqua che rivela delle proprietà curative per varie malattie, sia bevendola che immergendovisi (Hern 1967, 2-3). Il fatto che questa sorgente sia infiltrata di acqua marina fa in modo che si affermi la pratica del bagno terapeutico direttamente nel mare. Questo porta all'avvio il turismo termale moderno, che si estende presto ad altre località inglesi come Bath, Buxton, Harrogate, Tunbridge Wells (Urry 1995: 36). Oltre a queste località, ne sorgono altre sulla costa che vedono una prima combinazione tra turismo termale e turismo balneare. Lungo le coste inglesi sorgono Brighton, Margate, Ramsgate,

Deal, Weymouth, Blackpool. Si tratta di un “modello” ripreso in molte località dell’Europa settentrionale nella seconda metà del Settecento: in Germania (Heiligendamm sul Mar Baltico e Norderney sul Mare del Nord), in Francia (Calais, Boulogne e Dieppe sul Canale della Manica), in Spagna (San Sebastian e Santander sull’Oceano Atlantico).

Questo cambio di immagine della costa e della spiaggia viene ulteriormente alimentato da alcune suggestioni letterarie: Savelli (2009) ricorda i poemi del ciclo di Ossian, ambientati da MacPherson in Scozia e nelle Isole Ebridi, nonché i versi e i romanzi di Walter Scott. Queste contribuiscono ad attirare schiere di lettori verso il Nord Europa, tanto più che in quel periodo le guerre napoleoniche rendono complicato e pericoloso spostarsi verso il sud del continente. Il mare, dunque, da fonte di terrore si comincia a trasformare in luogo d’attrazione, di contemplazione, di cura del proprio corpo. Lì ci si può abbandonare a stupore e scoperta, celebrare vedute già inquadrature da pittori prestigiosi, trovare effetti benefici nelle sue acque. Da luogo da evitare o da frequentare per lavoro, quindi, la costa e le spiagge cominciano a diventare luogo di svago e di vacanza.

Se le coste del Nord vengono quindi esaltate, quelle del Sud Europa vengono viste ancora come troppo calde, malsane e degradate (Berrino 2011). Ci sono comunque alcuni scrittori romantici (da Goethe a Byron) che cominciano a scoprirle come sedi della civiltà e della bellezza classica. Nel frattempo, anche in Italia si realizzano i primi stabilimenti balneari durante l’Ottocento, utilizzati soprattutto dai residenti nei giorni di festa: Viareggio (1823), Rimini (1843), Livorno (1846), Lido di Venezia (1857), Alghero (1862), Cagliari (1863). Nei decenni successivi queste strutture si diffondono ulteriormente, grazie anche alla costruzione della ferrovia che rende più facili gli spostamenti: se in Francia si sviluppano diverse località della Provenza e della Costa Azzurra (Nizza e Cannes su tutte), in Italia prosperano quelle liguri come Alassio, Genova, Portofino, Bordighera e Sanremo. Tutte diventano sempre più frequentate da turisti stranieri tra cui molti artisti che vi arrivano, a volte per caso, e poi se ne “innamorano”: da Ernest Hemingway a Francis Scott Fitzgerald, da Pierre-Auguste Renoir a Paul Cézanne (Savelli 2009).

Il periodo tra le due guerre vede non solo l’ampliarsi del turismo balneare estivo nel Mediterraneo, ma anche il suo consolidarsi tra la classe media ed una sua progressiva “apertura” alle classi popolari, agevolata anche da diverse legislazioni nazionali che cominciano a riconoscere il diritto a periodi di ferie

retribuite (Battilani 2001: 116-117). In Italia, lo sviluppo del turismo balneare estivo continua ad essere alimentato dalla crescita delle infrastrutture stradali e ferroviarie: il tratto Genova-Pisa favorisce Viareggio e la Versilia, il tratto Bologna-Ancona fa decollare Rimini e la riviera Romagnola. Le motivazioni legate alla salute portano inoltre a nuovi sobborghi balneari: Posillipo e Mergellina (Napoli), Ardenza e Antignano (Livorno), Pegli e Nervi (Genova), Fano e Senigallia (Ancona). Ecco quindi che si consolidano tre diversi tipi di destinazione: le mete del turismo internazionale (la costa ligure, quella amalfitana, Taormina, il Lido di Venezia), quelle del turismo estivo nazionale (la costa tirrenica e quella adriatica), quelle del turismo domenicale dei residenti nelle città più vicine (Savelli 2009).

Nel Dopoguerra, avviene la consacrazione del mare e della spiaggia come luoghi della vacanza per eccellenza. La regione mediterranea continua a fare da riferimento per questo flusso alla ricerca di sole e mare, crescendo per decenni e raggiungendo il picco di 100 milioni di visitatori nel 1985 (Savelli 2009: 169). Se la Francia è la prima ad affermarsi, nel dopoguerra cresce tantissimo l'Italia e poi, dagli anni Ottanta, si affacciano sempre più Paesi mediterranei a offrire le proprie spiagge al turismo: prima la Spagna e la Grecia, quindi la costa croata, infine quella nordafricana e quella turca (Urry 1995: 63). L'avanzare della popolarità della spiaggia, peraltro, porta ad una concorrenza sempre più globale che porta al moltiplicarsi di spiagge famose praticamente in tutti i continenti: dalla Florida alla California, dal Messico al Brasile, dai Caraibi al Kenya, dalla Thailandia alla Polinesia.

2. Il ruolo dell'architettura: la crescente "occupazione" della spiaggia

Nel sottolineare il ruolo dell'architettura nelle spiagge, ripercorreremo l'ordine cronologico seguito nel primo paragrafo. Aggiungiamo però che, parlando di spiagge, includiamo inevitabilmente la linea di costa e le località balneari; molte strutture e infrastrutture, infatti, chiamano in causa anche questi luoghi.

Come abbiamo visto, la stazione balneare inglese conosce un forte sviluppo già nel XVIII secolo. Quel periodo vede l'affermarsi delle *bathing machine*, usate soprattutto per i bagni terapeutici: si tratta di carrozze trainate da cavalli che permettono di addentrarsi nell'acqua per una rapida immersione,

superando i detriti accumulati lungo la riva, gli imprevisti del fondo marino, i problemi di riservatezza, l'esposizione all'aria e al vento al momento dell'uscita dall'acqua stessa (Savelli 2009: 130).

Nella seconda metà dell'800, sulle spiagge del Nord Europa si diffondono anche le cabine-poltrona di vimini, molto comode per proteggersi dal vento. Sulle rive del Mediterraneo, invece, la pratica dei bagni e l'esigenza di proteggersi dal sole porta da un lato alla costruzione di cabine di legno montate su palafitte, dall'altro all'installazione di tende e tendoni. Un'altra struttura architettonica tipica del periodo è il Kursaal: si tratta di una grande sala polifunzionale che in alcune località sorge proprio sul mare, innalzato anch'esso su piloni o palafitte, e a volte associato ad un edificio presente sulla spiaggia.

Nei primi decenni del Novecento, poi, cominciano a sorgere strutture che hanno una "funzione autonoma": oltre che sullo stabilimento balneare, la vita mondana si concentra infatti sulle passeggiate e sui *pier* (moli) mentre il cuore della vita turistica si svolge nel centro urbano (Boyer 2005).

In Italia, il Ventennio fascista porta delle novità architettoniche anche in spiaggia: lo sviluppo di un "razionalismo in versione balneare" trova probabilmente la sua maggiore espressione nelle colonie marittime che si diffondono su molte coste sabbiose, dalla Romagna alla Liguria alla Versilia. Costruite direttamente dal governo e da alcune grandi aziende per i figli dei propri dipendenti, cambiano l'immagine e la quotidianità della spiaggia: questa si popola di bambini e di "rituali" come il bagno collettivo, la ginnastica mattutina, i giochi di gruppo, l'alzabandiera del tricolore. Le colonie restano molto diffuse fino agli anni Settanta per poi chiudere tra gli Ottanta e Novanta, ponendo il problema dell'abbandono di queste strutture che in molti casi dura tuttora (https://inchieste.repubblica.it/it/repubblica/rep-it/2012/08/20/news/dai_fasti_degli_anni_30_al_declino_dei_70_le_colonie_marine_tra_cura_e_propaganda-40008066/).

Nel Dopoguerra entriamo nei "Gloriosi Trenta", vale a dire quel periodo, dagli anni Cinquanta agli anni Settanta, in cui si assiste ad un periodo quasi ininterrotto di crescita economica, sviluppo del welfare, diffusione del benessere. È anche il periodo di consolidamento della "società di massa", dominata dall'industria e dalla grande impresa: il senso di appartenenza ad essa cambia anche il rapporto simbolico con la costa, così come le architetture e i servizi presenti. Al posto dei Kursaal e dei *pier* si affermano altri simboli della spiaggia, alcuni dei quali le caratterizzano tuttora: gli ombrelloni, le sdraio, i lettini. Nelle località destinate al turismo balneare di massa, inoltre, si sviluppano

attrezzature di tipo meccanico e parchi di divertimento: sorgono luna-park, giostre con illuminazione elettrica, trenini in miniatura. I moli, le rotonde, le torri e i grattacieli esprimono poi la tensione alla conquista degli spazi e al dominio su quella stessa natura che i romantici accorrevano ad ammirare per il suo carattere indomito (Savelli 2009). Si assiste ad una crescente “spettacolarizzazione” delle località balneari ma anche ad una preoccupante cementificazione di molte coste, con palazzi sempre più alti e sempre più fitti a ridosso della spiaggia: basti pensare alla schiera di alberghi sulla Riviera Romagnola e ai grattacieli che spuntano a Rimini e Cesenatico, ma anche a casi più recenti all'estero come quello di Benidorm, sulla Costa Blanca spagnola.

3. Funzioni sociali e trasformazioni della spiaggia: dal turismo al post-turismo

Le funzioni sociali della spiaggia seguono inevitabilmente i mutamenti del turismo. Se è vero, come abbiamo visto, che per gran parte della storia è stata un luogo evitato dall'uomo oppure usata solo da chi ci lavorava, negli ultimi secoli è diventata “dominio” dei vacanzieri e degli operatori di quel settore. Anche questo paragrafo seguirà un ordine cronologico, ma evidenzierà le varie fasi del turismo ed il modo in cui questo ha condizionato il modo di percepire e utilizzare la spiaggia.

Se il “fossile del turismo moderno” è considerato il Grand Tour (Knebel 1960, Savelli 2012: 93), i giovani nobili del Nord Europa, almeno nel primo periodo di diffusione di questo “viaggio di formazione” (tra fine Seicento ed inizio Settecento) sembrano interessati soprattutto alla ricerca di relazioni con i pari grado del sud del continente, nelle città o nelle residenze di questi ultimi. Le spiagge non sembrano rivestire particolari significati e rappresentano piuttosto degli spazi malsani, inospitali o comunque frequentati dalla popolazione locale; non certo luoghi di svago o socializzazione. Nella seconda metà del Settecento, però, si diffonde una maggiore libertà individuale dalle norme sociali che regolano il Grand Tour, complice anche un nuovo clima culturale e alcune correnti artistiche. La diffusione dell’“estetica del pittoresco” e quella del romanticismo, in particolare, trovano nella spiaggia un terreno fertile. La riva del mare diventa infatti un luogo in cui scoprire nuove attrazioni e nuove attività: cavalcare, passeggiare, accamparsi, contemplare. Diventa insomma un

luogo per la scoperta di sé, per cercare una comunione con la natura, isolandosi dalla trivialità del mondo (Savelli 2009: 50-54).

L'avvento del turismo porta però al progressivo incrinarsi del rapporto tra la costa e quei mestieri che l'avevano caratterizzata per secoli. I vacanzieri "irrompono" in quei luoghi con le varie modalità tipiche dei movimenti dei forestieri (von Wiese 1930): a volte come estimatori e promotori, a volte come dominatori e speculatori, a volte come semplici villeggianti disinteressati a tutto ciò che hanno intorno. In ogni caso, pare evidente la loro crescente appropriazione di molti territori rivieraschi. Le spiagge sono il luogo in cui questo processo è più evidente, quello in cui trovano più spazio le loro forme di svago e di piacere. In conseguenza di ciò, molte popolazioni e molti mestieri della riviera scompaiono gradualmente, sia attraverso pratiche di vera e propria espulsione sia attraverso una trasformazione in senso folcloristico della loro funzione e della loro immagine. Va anche detto, però, che il turismo non costituisce solo una fine ma anche un inizio: il settore offre infatti numerose possibilità di riconversione legate alla costa e alla spiaggia. Alcuni imprenditori locali si "lanciano" nella gestione di stabilimenti balneari o in quella di locali, altri nella promozione della navigazione da diporto o nell'organizzazione di escursioni in barca, altri ancora nel commercio di souvenir o nella ristorazione, nell'intrattenimento serale e notturno ed in quello diurno, nell'ospitalità a turisti o nella sorveglianza alla sicurezza dei bagnanti sul litorale (Savelli 2009).

A questa trasformazione della spiaggia contribuiscono peraltro le stazioni balneari tra fine Settecento ed inizio Ottocento, come abbiamo visto nel paragrafo precedente. Queste località facilitano gli incontri tra persone di estrazione diversa, permettendo una maggiore varietà ed "effervescenza" delle relazioni sociali. Al mare, infatti, i giovani aristocratici si sottraggono al controllo della famiglia ed i borghesi a quello dell'etica puritana; si immergono non solo e non tanto nell'acqua marina, ma soprattutto nel mondo affascinante delle avventure galanti e dei piaceri trasgressivi. Le località balneari diventano quindi lo spazio di una "doppia morale", per cui certi comportamenti malvisti o proibiti nella vita quotidiana vengono invece tollerati durante la vacanza (Knebel 1960, Boyer 1982, Savelli 2009). Si crea una sorta di mondo separato, di atmosfera "carnevalesca" che caratterizzerà molti luoghi e molti aspetti del turismo balneare fino ai giorni nostri.

Tra fine Ottocento e inizio Novecento, tuttavia, la vita di spiaggia è molto diversa rispetto ad oggi. Il bagno rimane una veloce immersione terapeutica, finalizzata allo shock termico. La pratica del nuoto è poco diffusa. Per entrare

in acqua i bagnanti indossano abiti appositi, che non sono ancora costumi da bagno. Lungo la riva e sulla spiaggia i turisti sostano o passeggiano in abiti da città. L'abbronzatura non è cercata, né apprezzata. Per molti aspetti il mare non è "vissuto" e la spiaggia non pare altro che il prolungamento del salone: un luogo dove ci si incontra, si scambiano notizie, si gioca a cricket, a palla, si salta alla corda, si costruiscono castelli di sabbia (Boyer 1996).

Nei primi decenni del Novecento si afferma in molti Paesi, tra cui l'Italia, il cosiddetto passaggio dalla *leisure class* alla *leisure mass*. La spiaggia ed il mare non sono più solo per i "ricchi", che siano aristocratici o borghesi. Anche le classi meno abbienti cominciano a fruirne, influenzando sull'assetto delle località turistico-balneari in cui cominciarono a recarsi stabilmente dalla seconda metà del XIX secolo, anche se questo processo avrà il suo compimento durante il XX secolo. Molte famiglie operaie, i cui membri trovano lavoro nella stessa fabbrica, si costituiscono in comunità territorialmente definite e condividono relazioni sociali oltre che di lavoro; anche le forme di svago diventano quindi comuni e relativamente separate rispetto a quelle degli altri strati sociali. L'esecuzione di lavori di manutenzione o sostituzione dei macchinari comporta peraltro che le fabbriche chiudano tutte contemporaneamente e che le ferie debbano essere godute collettivamente. Le famiglie occupate nella stessa fabbrica, residenti nella stessa città e nello stesso quartiere, si recano quindi anche nelle stesse destinazioni di vacanza usufruendo di forme omogenee di alloggio e di soggiorno. I vacanzieri più benestanti cominciarono allora ad andare altrove, alla ricerca di località caratterizzate da un tono sociale superiore, in cui praticare un consumo vistoso (Savelli 2009).

Abbiamo già visto come l'avvento della società industriale avanzata, che parte dalla fine dell'Ottocento ma avrà il suo compimento nel Dopoguerra fino agli anni Settanta (Savelli 2012), veda l'affermazione di una società di massa. Di conseguenza si afferma anche un turismo di massa, che trova proprio sulla spiaggia una delle espressioni più evidenti. Le immagini di film come *Il sorpasso* (1962) o *L'ombrellone* (1965) di Dino Risi, peraltro, ritraggono chiaramente il clima di quegli anni anche nel nostro paese: da un lato le spiagge subiscono un affollamento ai limiti del soffocante, dall'altro esprimono il forte desiderio di esserci comunque tra i vacanzieri, di appropriarsi di quel tempo e di quegli spazi "qui ed ora", approfittando anche della crescente diffusione delle automobili.

La società industriale avanzata, però, sollecita anche i lavoratori dell'industria e delle grandi organizzazioni ad espandere i loro consumi, riconducendoli alle esi-

genze del “sistema” (Marcuse 1967). L'appartenenza sociale dei soggetti si nutre sia della differenziazione fordista delle mansioni del lavoro, sia del coinvolgimento emotivo nella dimensione collettiva e consumistica del tempo libero. La volontà soggettiva sembra quindi riassorbirsi nella dimensione collettiva (stessa spiaggia, stessa acqua, stesso sole, stessa abbronzatura, stessa coda in autostrada) alla ricerca di una compensazione nei confronti della divisione del lavoro e di una celebrazione della società che alimenta il progresso (Savelli 2012). La spiaggia diventa uno dei pochi campi neutri in cui tutti assumono gli stessi comportamenti: qui si afferma la simulazione e si aboliscono le classi sociali (Walton 1983). Sulla spiaggia la società mette quindi in scena la propria omogeneità, fuori da ogni contesto (Urbain 2002: 316). È un turismo più che mai “eterodiretto”, che si contrappone a quello “autodiretto” nella prima società industriale (Riesman 1950).

Questo processo porta anche ad un'ulteriore e sempre più aggressiva marcatura del territorio da parte del turista. Il mondo della spiaggia diventa sempre più separato non solo dalla vita ordinaria del fruitore, ma anche dalla realtà quotidiana della comunità locale. La vita di spiaggia e i luoghi di villeggiatura balneare vengono fatti sorgere sempre più spesso in una «terra di nessuno», separati da ogni insediamento precedente (Savelli 2009).

Se questo quadro caratterizza le spiagge fino agli anni Settanta, già alla fine di quel decennio emergono alcuni fattori che determinano un tendenziale superamento del turismo di massa: dal punto di vista sociologico sembrano riconducibili alla complessità crescente del sistema sociale, che ne rende sempre più difficile una lettura ordinata (Luhmann 1983). Nell'emergente società postindustriale, la vacanza non appare più la ricerca di una distinzione di classe, come nel caso del turismo autodiretto della prima società industriale, né un momento di celebrazione della propria appartenenza ad un sistema sociale ormai sfuggente, com'era nella società industriale avanzata. All'individuo non rimane più alcuna appartenenza da celebrare, alcun percorso sicuro e condiviso da seguire; egli cade in una condizione di incertezza. L'ipotesi più consolidata è che si stia passando dall'enfasi sull'omogeneità, tra soggetti che appartengono allo stesso sistema sociale e si misurano in base di codici condivisi, all'enfasi sulla differenza: quest'ultima interviene tra le scelte compiute da un soggetto e quelle compiute dagli altri, senza che sia possibile attribuire ad una scelta un valore maggiore o minore di un'altra (Savelli 2012).

Date la complessità e la globalizzazione delle relazioni, inoltre, la vacanza assume progressivamente un carattere di spazio e tempo “interstiziale” rispetto ai

sottosistemi funzionali della società complessa, una dimensione in cui recuperare la capacità di costruire e di esprimere la propria identità. Anche in questo caso il cinema esemplifica questo passaggio: in *The beach* di Danny Boyle (2000), la ricerca di una spiaggia segreta e incontaminata, fuori dai classici percorsi turistici thailandesi, diventa l'oggetto del desiderio dei protagonisti del film.

Dal punto di vista territoriale, il turismo è sempre più legato ai concetti di rete, di itinerario, di regione; parlare di una singola località ha sempre meno senso nel mercato globalizzato di oggi (Mazzette 2002, Savelli 2008). È un cambio di prospettiva che investe anche la linea di costa e quindi anche la spiaggia. Prima questa parte di territorio era la "vetrina" di un sistema sociale, in cui tutti si mettevano in mostra e si specchiavano, facendo in certi casi da confine tra paesi e tra sistemi diversi; pensiamo alla costa adriatica italiana rispetto a quella della ex Jugoslavia fino ai primi anni Novanta. Oggi la costa è sempre più elemento di comunicazione e ponte, proiettandosi sia verso le altre coste sia verso l'entroterra.

Tutte queste novità si sovrappongono peraltro con vecchie sfide, come quella di limitare l'impatto ambientale: secondo alcune stime, tra il 75% e il 90% delle sabbie internazionali sta lentamente scomparendo, in parte per cause naturali ma soprattutto per l'enorme afflusso di turisti (<https://www.nytimes.com/2014/11/05/opinion/why-sand-is-disappearing.html>). La stessa Maya Bay, resa famosa proprio dal film *The Beach*, è stata chiusa più volte negli ultimi anni a causa di tale pressione (<https://www.lastampa.it/viaggi/mondo/2019/05/11/news/chiusa-fino-al-2021-maya-bay-la-spiaggia-thai-resa-famosa-dal-film-the-beach-con-dicaprio-1.33701261>). Anche per questo motivo, hanno acquisito crescente importanza le certificazioni alla qualità della spiaggia e del mare: un esempio è la Bandiera Blu, riconoscimento internazionale assegnato dalla FEE (Foundation for Environmental Education) alle località turistiche balneari che rispettano criteri relativi alla gestione sostenibile del territorio (<http://www.bandierablue.org>). Il tema ambientale, peraltro, è destinato a combinarsi con quello sanitario reso tanto urgente dall'emergenza Covid-19; anche se è ancora presto per avere regole e valutazioni precise, paiono già evidenti i cambiamenti che interverranno negli usi e nelle attività consentite in spiaggia.

4. Un caso di studio: la Riviera Romagnola

Il caso di studio preso in considerazione è quello della Riviera Romagnola. A renderlo così significativo, come è noto, contribuiscono i numeri impressio-

nanti dei flussi turistici, soprattutto nel passato ma anche nel presente (a parte il periodo attuale, condizionato dall'emergenza Covid-19). Resta infatti la regione turistica italiana con il maggior numero di arrivi e presenze nazionali ed una tra le aree balneari più visitate al mondo (<http://www.confartigianato-er.it/turismo-emilia-romagna-congiuntura-comparto/>). Anche per questo, probabilmente, le spiagge della Romagna hanno ricevuto più attenzione di altre da parte della ricerca sociologica.

La Riviera Romagnola si estende per 107 km, dalla foce del fiume Reno al promontorio di Gabicce Monte. Attraversa le province di Ravenna, Forlì-Cesena e Rimini, terminando all'inizio di quella di Pesaro-Urbino. È caratterizzata da spiagge basse e sabbiose, che in alcune zone arrivano ad una larghezza di oltre 200 metri (https://www.arpae.it/dettaglio_generale.asp?id=1743&idlivello=1344). La Riviera si caratterizza inoltre per una maggiore presenza di zone naturalistiche nella parte nord ("valli" e pinete) e per una maggiore urbanizzazione nella costa sud, dove sono ormai rimasti ben pochi tratti non edificati.

Come accennato nella parte storica di questo contributo, il primo "Stabilimento privilegiato dei Bagni Marittimi" viene inaugurato a Rimini nel 1843, quando il territorio è ancora sotto il governo pontificio. Altra tappa significativa nell'uso turistico della spiaggia è la costruzione del Kursaal ("sala di cura"): inaugurato nel 1873 e demolito nel 1948, era immerso in un grande parco di 40.000 mq e collegato, tramite un pontile, a una piattaforma sul mare, al centro della quale c'erano un chiosco e i camerini. Dall'inizio del Novecento, il turismo balneare si espande ad altre città rivierasche: Cervia, Cesenatico, Cattolica e qualche anno più tardi Riccione. A Cervia, in particolare, viene edificata una nuova area nella zona nord composta da villini, parchi e giardini: nasce Milano Marittima. Nella zona sud, invece, si realizzano infrastrutture stradali e ferroviarie che faranno da base per un ulteriore sviluppo delle località balneari ed un ulteriore sfruttamento della spiaggia. Gli anni Trenta, con le prime forme di turismo di massa, vedono la costruzione di numerosi alberghi, pensioni e villini, ma anche di colonie balneari per i figli delle famiglie meno abbienti. Queste ultime, in realtà, cominciano a sorgere già da fine Ottocento grazie ad associazioni dedicate a mandare gratuitamente al mare i bambini con problemi linfatici. È però in epoca fascista che si vede il maggiore sviluppo, sulla scia della politica pedagogica, formativa e sociale del regime. Anche il Duce, peraltro, trascorre le vacanze nella sua villa a Riccione e proprio la sua scelta conferisce alla cittadina la nomea di spiaggia raffinata ed

elegante (<https://www.seidiriminise.it/scopri-rimini-romagna/storia-di-rimini/approfondimenti/storia-turismo-riviera-romagnola.html>).

Il secondo dopoguerra è caratterizzato da una rapida ricostruzione e da un'enorme crescita del settore turistico. Rimini, Riccione, Cattolica e Cesenatico diventano tra le più importanti località balneari d'Europa, meta di numerosi stranieri soprattutto dalla Germania. Questo modello entra poi in crisi con gli anni Ottanta per ragioni socio-culturali (vedi paragrafo precedente) economiche (la crescente concorrenza internazionale a prezzi più bassi) e ambientali (la cementificazione del territorio e soprattutto la "crisi delle alghe" di fine anni Ottanta). La costa romagnola trova comunque molti percorsi di riqualificazione e differenziazione della propria offerta turistica, avviando una tendenza che porta a parlare di Rimini come "città dei cento turismi" (Lombardini 1989) e che per molti aspetti dura tuttora.

Venendo agli studi svolti su questo territorio, partiamo da alcuni più focalizzati sulla domanda turistica: le motivazioni, quindi, di chi sceglie la costa romagnola per la vacanza. Questi fanno ampio ricorso all'analisi fattoriale: le motivazioni individuate sono quindi "latenti", ed emergono attraverso una elaborazione delle riposte degli intervistati ad una serie di item misurati con delle scale Likert. Questo oggetto di ricerca si è peraltro sviluppato in varie "tappe", tra metà degli anni Ottanta ed i primi anni Duemila (Benini e Savelli 1986, Savelli 2001). In particolare, ne ricordiamo uno condotto in 19 località balneari della costa emiliano-romagnola che porta alla compilazione di 3.071 questionari raccolti in tutta la stagione estiva, dal 1 giugno al 20 settembre (Savelli 2009). I fattori più significativi emersi dall'analisi fattoriale vengono così denominati: appartenenza (9,6% di varianza spiegata), evasione (6,1%), relazione con l'ambiente (4,7%), scoperta (4,1%), autenticità (3,6%), sicurezza (2,9%), autoelevazione (2,9%), estraneazione (2,5%), consumo dimostrativo (2,4%), esperienza dimostrativa (2,2%).

Il modello prevalente rimanda appunto ad una concezione della vacanza che si incentra sulla celebrazione della propria appartenenza alla società da parte del turista. La vacanza trova il suo significato nel fare ciò che fanno tutti, andare dove vanno gli altri, stando in particolare con quelli che, come loro, assumono il ruolo di turisti (.432). In quest'ottica l'area della vacanza deve essere sufficientemente vicina e comunque facilmente raggiungibile (.499), appositamente costruita e pianificata (.455), in modo da condurre un'esperienza completamente organizzata e prevedibile (.455); al suo interno si deve poter

essere serviti in tutto (.410), in un rapporto con l'ambiente che viene semplificato e risolto da una struttura commerciale che, con i suoi negozi e le vetrine, ne rappresenta e organizza la bellezza (.434).

Il modello dell'evasione, il secondo in termini di varianza spiegata, sembra andare nella direzione opposta: al posto della continuità e dell'abitudine, rimanda alla fuga dalle relazioni ordinarie e dal disagio che queste comportano. La vita di spiaggia viene qui considerata come la via maestra per questa fuga, tanto da non dover perdere nemmeno un'ora della sua magia durante la vacanza (.507). Alla spiaggia si affiancano gli spazi attrezzati per lo svago e il tempo libero (.412), a completare l'immagine di una situazione in grado di assorbire completamente il soggetto e distaccarlo dalle sue appartenenze ordinarie.

Queste appartenenze vengono peraltro negate esplicitamente quando si afferma che non si deve partire in vacanza con la propria famiglia (-.462) con le persone più care (-.334) o con persone che appartengano allo stesso livello sociale (-.196); bisogna anzi dimenticarsi di tutto e di tutti (.246) e non preoccuparsi affatto di scegliere i compagni di viaggio (-.406). La fuga, per essere tale, comporta anche un certo "stordimento" del soggetto che, perciò, sarà ben lungi dallo scegliere località di piccole dimensioni (-.366) e dall'evitare le destinazioni dove si concentra tanta gente (-.383).

Per quanto riguarda il terzo fattore, la relazione con l'ambiente, esso rimanda alla vacanza soprattutto come un'opportunità di rapporto con tutte le risorse territoriali. La vacanza al mare, in particolare, non è apprezzata dai portatori di questo modello (-.266), né lo sono le località molto frequentate dai turisti (-.350). Il contatto con la natura costituisce qui l'aspirazione più forte (.600), ma assumono grande rilievo anche la conoscenza di monumenti e opere d'arte (.526) ed il rapporto con persone con un diverso modo di vivere (.433). La vacanza non è inoltre concepita come un soggiorno in una determinata località, in cui si trascorre tutto il tempo a disposizione (-.229); al contrario, è fatta per viaggiare e scoprire nuovi luoghi (.277) con la certezza che ognuno, in fondo, abbia qualcosa di interessante da offrire a chi lo visita (.241).

Riguardo invece al versante dell'offerta, lo stesso Savelli (2008) coordina una ricerca con delle interviste a circa 250 imprenditori locali della costa romagnola, orientata a coglierne la percezione del mutamento in atto nel turismo e gli orientamenti strategici, a volte già in atto ed a volte solo ipotizzati. Anche in questo caso si avvale dell'analisi fattoriale, applicata alle adesioni espresse dagli intervistati ad una serie di 83 items di atteggiamento. Emergono

così dieci orientamenti strategici: 1. Sviluppare un'offerta multidimensionale (12,879% di varianza spiegata), 2. Resistere nel turismo di massa (5,179%), 3. Recuperare l'identità locale (3,999%), 4. Aggregarsi per elevare il livello operativo (3,935%), 5. Accentuare il protagonismo locale (3,178%), 6. Competere attraverso la modernizzazione (2,801%), 7. Competere attraverso la differenziazione (2,640%), 8. Affermare la cultura della collaborazione (2,578%), 9. Razionalizzare il territorio (2,288%), 10. Sviluppare una politica della qualità (2,161%). Commenteremo solo i primi due per ragioni di spazio.

Il primo orientamento rimanda al declino dell'idea della vacanza all'insegna del modello "delle 4s" (Sun, Sea, Sand, and Sex). La rendita di posizione ed il vantaggio competitivo della riviera romagnola non bastano più per competere nel mercato globale; occorre attrarre con un'offerta multidimensionale. Un'idea che emerge è quella di una grande regione adriatica che metta in rete le sue coste, le sue città, i suoi entroterra. In questa visione il mare passa da frontiera e vetrina, da elemento di separazione a elemento di connessione. La "sfida della complessità", che tanto caratterizza la condizione postmoderna, sembra quindi arrivare anche in spiaggia.

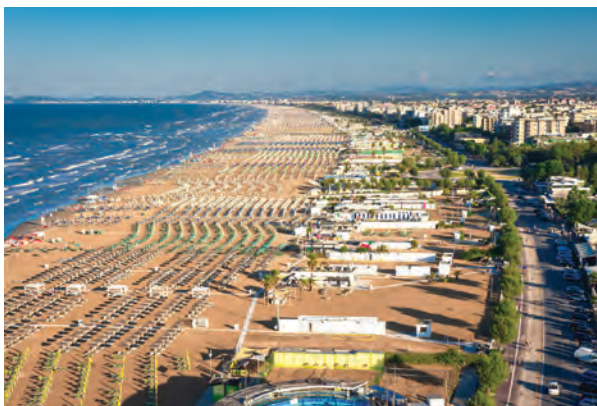
Il secondo orientamento parla invece di resistere nel turismo di massa, vendendo soprattutto una serie di sfide difficili da affrontare: si pensa quindi ad "aggrapparsi" a ciò che si ha, cercando di abbassare i prezzi il più possibile (.384), agganciando il mondo dei Tour Operator e delle agenzie di intermediazione (.391), pensando ad un territorio pianificato per il turismo (.391) e poco in contatto con l'entroterra (.343).

Un'altra ricerca sull'imprenditoria turistica è svolta qualche anno dopo nel tratto più a nord della Riviera, e più precisamente a Milano Marittima, Cervia e Pinarella (Francesconi 2011). Non viene trattato solo l'eccezionale sviluppo della costa balneare romagnola, ma le risposte alla crisi degli ultimi decenni da parte dell'imprenditoria locale che gestisce gli stabilimenti balneari sulla spiaggia. La metodologia è ispirata alla Scuola di Chicago: analisi di dati quantitativi per individuare tendenze generali e distribuzione del fenomeno, approfondimento di alcuni casi con tecniche più qualitative come le storie di vita e l'osservazione diretta. A questa si affiancano strumenti della sociologia visuale come la ri-fotografia, confrontando le immagini di cartoline storiche con quelle fatte dagli stessi ricercatori durante lo studio; vengono inoltre analizzati gli album di famiglia degli imprenditori balneari e le fotografie affisse nei loro stessi stabilimenti.

Attraverso lo studio di due casi, diversi fra loro ma entrambi gestiti fin dall'origine da famiglie autoctone, emerge chiaramente come la spiaggia si sia potenziata molto in strutture, accoglienza e servizi. Alcuni insistono poi sui prodotti "storici" e sul target familiare, altri aprono invece a nuovi clienti e servizi (specializzandosi ad esempio in turismo sportivo, tramite l'allestimento di un piccolo villaggio sulla spiaggia). In ogni caso è l'esperienza maturata dalle famiglie degli imprenditori locali, e trasmessa di padre in figlio, il tratto distintivo e qualificante di un modello turistico che, comunque, sembra in equilibrio con il proprio territorio. A questo fa da supporto una rete imprenditoriale molto solida: nello specifico la Cooperativa Bagnini, a cui aderiscono tutti i 196 gestori dei 106 stabilimenti nelle località studiate.



*Figura 1. Colonia sulla spiaggia di Cervia negli anni 30 del XX secolo
(Fonte Biblioteca Comunale di Cervia)*



*Figura 2. La spiaggia della Riviera Romagnola oggi, da Rimini a Gabicce Mare
(Fonte Istock)*

Bibliografia

- Battilani P. (2001), *Vacanze di pochi, vacanze di tutti. L'evoluzione nel turismo europeo*, Milano, Franco Angeli.
- Benini E. e Savelli A. (1986), *Il senso del far vacanza*, Milano, Franco Angeli.
- Berrino A. (2011), *Storia del turismo in Italia*, Bologna, il Mulino.
- Boyer M. (1982), *Le tourisme*, Paris, Seuil.
- Boyer M. (1996), *L'invention du tourisme*, Paris, Gallimard.
- Boyer M. (2005), *Histoire général du tourisme. Du Xvi au Xii Siècle*, Paris, L'Harmattan.
- Boyle D. (2000), *The Beach*.
- Francesconi C. (2011), *Di padre in figlio. Una ricerca etnosociologica sul turismo balneare romagnolo*, Milano, Franco Angeli.
- Hern A. (1967), *The Seaside Holiday*, London, Cresset.
- Knebel H.J. (1960), *Soziologische Strukturwandlungen im modernen Tourismus*, Stuttgart, Enke.
- Mazzette A. (a cura di) (2002), *Modelli di turismo in Sardegna. Tra sviluppo locale e processi di globalizzazione*, Milano, Franco Angeli.
- Lombardini G. (1989), *Rimini: dove va la capitale del turismo?*, Milano, Franco Angeli.
- Luhmann N. (1983), *Struttura della società e semantica*, Milano, Franco Angeli.
- Marcuse H. (1967) [1964], *L'uomo a una dimensione. L'ideologia della società industriale avanzata*, Torino, Einaudi.
- Riesman D. (1964), "From Inner-Directed to Other-Directed", in Etzioni A., Etzioni-Halevy E. (a cura di), *Social Change: sources, patterns, and consequences*, New York-London, Basic Books, pp. 379-389.
- Risi D. (1962), *Il sorpasso*.
- Risi D. (1965), *L'ombrellone*.
- Savelli A. (2001), "La complessità come fattore d'attrazione: una ricerca sulla riviera adriatica dell'Emilia-Romagna", *Sociologia urbana e rurale*, 66, pp. 103-126.
- Savelli A. (2008), "Costa, retroterra e spazio marittimo nelle strategie degli imprenditori locali", in Savelli A. (a cura di), *Spazio turistico e società globale*, Milano, Franco Angeli, pp. 211-232.
- Savelli A. (2009), *Sociologia del turismo balneare*, Milano, Franco Angeli.
- Savelli A. (2012), *Sociologia del turismo*, Milano, Hoepli.
- Urbain J.D. (2002), *Sur la plage. Moeurs et coutumes balnéaires*, Paris, Payot et Rivage.
- Urry J. (1995) [1990], *Lo sguardo del turista. Il tempo libero e il viaggio nelle società contemporanee*, Roma, Seam.

Walton J.K. (1983), *The English Seaside Resort: a Social History, 1750-1914*, New York, St. Martin's Press.

Von Wiese (1930), "Fremdenverkehr als zwischenmenschliche Beziehungen", *Archiv für den Fremdenverkehr*, April.