

TURISMO E MEDITERRANEO

*Collana di studi sociali*

4

## *Direttore*

Tullio ROMITA  
Università della Calabria

## *Comitato scientifico*

Aurelio ANGELINI  
Università di Palermo

Vincenzo ASERO  
Università di Catania

Guido BORELLI  
Università IUAV di Venezia

Marco CASTRIGNANÒ  
Università di Bologna

Gilda CATALANO  
Università della Calabria

Matteo COLLEONI  
Università degli Studi di Milano–Bicocca

Enrico ERCOLE  
Università del Piemonte Orientale

Santino FIORELLI  
Università della Calabria

Rossana GALDINI  
Sapienza Università di Roma

Jasmina GRŽINIĆ  
University of Pula

Raquel HUETE  
Università di Alicante

Olga IAKOVIDOU  
University of Thessaloniki

Federico Amedeo LASCO  
Agenzia per la Coesione Territoriale

Alejandro MANTECÓN  
Università di Alicante

Izidora MARKOVIĆ  
Institut for Tourism of Zagreb

Marxiano MELOTTI  
Università degli Studi di Milano–Bicocca

Vincenzo NOCIFORA  
Sapienza Università di Roma

Maria de Nazaré OLIVEIRA ROCA  
Universidade Nova de Lisboa

José António OLIVEIRA  
Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias

Maria PARTALIDOU  
University of Thessaloniki

Zoran ROCA  
University of Applied Sciences

Elisabetta RUSPINI  
Università degli Studi di Milano–Bicocca

Asterio SAVELLI  
Università di Bologna

Silvia SIVINI  
Università della Calabria

Camillo TIDORE  
Università di Sassari

Moreno ZAGO  
Università di Trieste

## *Comitato editoriale*

Sergio BISCIGLIA  
Politecnico di Bari

Rita CANNAS  
Università di Cagliari

Ubaldo COMITE  
Università Telematica “Giustino Fortunato”

Paola DE SALVO  
Università di Perugia

Monica GILLI  
Università degli Studi di Milano–Bicocca

Gabriele MANELLA  
Università di Bologna

Antonella PERRI  
Università della Calabria

Giovanni TOCCI  
Università della Calabria

## TURISMO E MEDITERRANEO

*Collana di studi sociali*



La collana è dedicata alla pubblicazione di studi e ricerche sulla mobilità turistica convenzionale e sulla mobilità turistica residenziale, con particolare interesse verso le analisi dedicate all'area del Mediterraneo. La collana, pur privilegiando la prospettiva sociologica, è aperta a tutte le scienze sociali. L'obiettivo principale è quello di favorire la pubblicazione di opere scientifiche in grado di fornire un apporto rilevante al dibattito scientifico nazionale e/o internazionale sui temi collegati al fenomeno turistico. Nonostante ciò, la collana rappresenta anche un mezzo per la valorizzazione di lavori scientifici di giovani studiosi e studiose, per la conoscenza di lavori di ricerca in corso di ultimazione (work in progress) e per la creazione di una rete di studiosi che lavorano in centri e istituti di ricerca, italiani ed esteri.

I volumi sono sottoposti a referaggio.

Il presente volume rappresenta una parte dei risultati delle attività di ricerca conseguiti nell'ambito della convenzione tra Camera di Commercio di Reggio Calabria e Centro Ricerche e Studi sul Turismo del Dipartimento di Scienze Aziendali e Giuridiche dell'Università della Calabria.

Antonella Perri

**Il Turismo delle radici**





Aracne editrice

[www.aracneeditrice.it](http://www.aracneeditrice.it)  
[info@aracneeditrice.it](mailto:info@aracneeditrice.it)

Copyright © MMXX  
Giacchino Onorati editore S.r.l. – unipersonale

[www.giacchinoonoratieditore.it](http://www.giacchinoonoratieditore.it)  
[info@giacchinoonoratieditore.it](mailto:info@giacchinoonoratieditore.it)

via Vittorio Veneto, 20  
00020 Canterano (RM)  
(06) 45551463

ISBN 978-88-255-2281-5

*I diritti di traduzione, di memorizzazione elettronica,  
di riproduzione e di adattamento anche parziale,  
con qualsiasi mezzo, sono riservati per tutti i Paesi.*

*Non sono assolutamente consentite le fotocopie  
senza il permesso scritto dell'Editore.*

I edizione: ottobre 2020

- 9 *Introduzione*
- 13 **Capitolo I**  
*Il fenomeno migratorio*  
1.1. Un mondo in movimento, 13 – 1.2. Migrazioni contemporanee, 20 – 1.3. Migrazioni del passato, 23 – 1.4. Il fenomeno migratorio in Italia, 26 – 1.5. Elementi ulteriori di riflessione sulle motivazioni della migrazione, 31
- 37 **Capitolo II**  
*I possibili ritorni*  
2.1. Partire per poi ritornare?, 37 – 2.2. Il ritorno definitivo nel luogo di origine, 43 – 2.3. Il ritorno temporaneo nel luogo di origine, 46 – 2.4. Da emigranti a turisti, 47
- 53 **Capitolo III**  
*Il turismo delle radici*  
3.1. La mobilità turistica delle radici, 53 – 3.2. Il turismo residenziale delle radici, 56 – 3.3. Gli impatti del turismo delle radici, 60 – 3.4. Un fenomeno due mercati, 62 – 3.5. Come la comunità locale percepisce il fenomeno: un caso di studio, 63
- 69 **Capitolo IV**  
*Il turista delle radici*  
4.1. L'attaccamento al luogo di origine, 69 – 4.2. Le tipologie di turisti delle radici, 72 – 4.2.1. – *I turisti delle radici di prima generazione*, 73 – 4.2.2. *I turisti delle radici di seconda e terza generazione*, 75 – 4.2.3. *I turisti genealogici*, 77 - 4.3. Identikit del turista residenziale delle radici, 78
- 81 **Capitolo V**  
*Caso di studio: l'esperienza dell'Associazione Raiz Italiana*  
5.1. Premessa, 81 – 5.2. Riflessioni sulle caratteristiche e potenzialità del turismo delle radici, 81 – 5.3. Le politiche a favore dei viaggiatori delle radici in Italia, 83 – 5.4. L'associazione Raiz Italiana, 85 – 5.5. I L'esperienza con la comunità italiana d'Argentina, 86 – 5.6. Il racconto di due esperienze di viaggio delle radici, 88 – 5.7. La guida alle radici italiane e la sua promozione, 90

93 **Capitolo VI**

*Caso di studio: una ricerca sul turismo delle radici in Calabria*

6.1. Calabria: territorio, popolazione e turismo, 93 – 6.2. Una ricerca sul turismo delle radici in Calabria, 95 – 6.2.1. *Metodologia della ricerca*, 96 – 6.2.2. *La matrice di rilevazione dati*, 96 – 6.2.3. *La campagna di rilevazione dati*, 97 – 6.2.4. *Le interviste realizzate*, 97 – 6.2.5. *La popolazione oggetto di indagine*, 98 – 6.3. I risultati della ricerca, 99 – 6.3.1. *Motivazioni e modalità di viaggio e di soggiorno*, 99 – 6.3.2. *Valutazione di aspetti e servizi della località di vacanza*, 100 – 6.3.3. *Valutazione della località di vacanza*, 101 – 6.4. Considerazioni conclusive, 101

105 **Capitolo VII**

*Caso di studio: il turismo delle radici nelle politiche nazionali*

7.1. La Farnesina promuove il turismo delle radici 2018, 105 – 7.2. La Farnesina promuove il turismo delle radici 2019, 106 – 7.3. La Farnesina promuove il turismo delle radici 2020, 108

111 *Conclusioni*

115 *Bibliografia*

125 *Allegati*

## Introduzione

In Italia, come in tutti i Paesi del mondo, vi sono fenomeni sociali che, per diffusione e conseguenze sul territorio e sulle persone, presentano caratteri anche molto rilevanti, a cui però, a causa del fatto che non vengono compiutamente colti, o quantomeno capiti nella loro effettiva rilevanza, né dai decisori pubblici e neanche dal mondo della ricerca scientifica, talvolta, e per decenni, non viene dedicata adeguata attenzione. Uno di questi fenomeni è, a nostro giudizio, quello che proponiamo in questo volume, ovvero il fenomeno del “turismo delle radici”, intendendo con tale espressione il ritorno temporaneo con finalità non strumentali nelle località d’origine delle persone, o dei propri familiari e/o parenti, emigrate e residenti in altri luoghi.

Infatti, il “viaggio turistico delle radici” rappresenta un fenomeno con impatti economici, sociali e culturali, solo raramente evidenziati nelle loro effettive dimensioni, probabilmente come risultato di una situazione che per lungo tempo ha visto considerare tale fenomeno solo una “forma di viaggio” e non anche una “forma di turismo”, e che per tale ragione non ha incontrato l’interesse dell’industria turistica, oltre che dal punto di vista economico (in quanto percepito come fenomeno prevalentemente legato all’ospitalità fai-da-te e, quindi, con scarsa richiesta di servizi turistici generali e specifici), anche da quello commerciale (perché essendo ritenuta come unica motivazione di viaggio il mantenimento del rapporto con i territori d’origine, non si sono sviluppati adeguati prodotti turistici di promozione territoriale legati a questa tipologia di viaggiatori).

Tuttavia, in verità, nell’ultimo decennio si sta assistendo ad un rinnovato interesse internazionale verso il turismo delle radici. Questa situazione, riteniamo che in misura prevalente non la si debba attribuire né al mercato e neanche a meri interessi di carattere economico, ma, semmai e principalmente, al fatto che negli ultimi decenni si sono determinati cambiamenti rilevanti nella società, e che hanno condotto al-

la fine della cosiddetta modernità. In altri termini, con il superamento del periodo storico che, avviatosi con la seconda rivoluzione industriale, ha tracciato un percorso di crescita della società che si è rivelato inarrestabile sia dal punto di vista produttivo che da quello della mobilità fisica delle persone, e che ha maggiormente segnato il distacco con la tradizione. Ci si è trovati in un contesto chiamato postmoderno, dove informazione e comunicazione hanno modificato radicalmente il modo di vedere e vivere delle persone, ed anche il modo di vedere e vivere del mondo della conoscenza e di tutti i settori della società. Ci si è trovati in un ambiente sociale ed economico dove le nuove tecnologie per la comunicazione e per l'informazione generano fenomeni di spazializzazione, ovvero dove il tempo vissuto non coincide con il tempo oggettivo, e dove il tempo viene percepito in modo soggettivo sulla base delle esperienze vissute, e di derealizzazione, ossia il rendere immagini il reale. Ci si è trovati in una situazione di *disembedding*, dove cioè le relazioni sociali sono sempre più slegate dagli ambienti più limitrofi e sempre più suggestionate da elementi ignorati.

La ricerca della contemporaneità diventa il valore che contraddistingue l'attuale società, e dove alla ricerca del nuovo si è sostituita la caratteristica di comunicare i bisogni, qualunque ne sia la natura, in modo semplice ed immediato, proprio per evitare di essere sommersi dall'immenso mare di informazioni cui si è continuamente sottoposti, proprio come risposta ad una società dominata dai segni, dai simboli, da effigi, ed anche come soluzione temporanea all'assenza di profondità e di spessore, della enorme quantità di dati e notizie che tutti noi riceviamo in tempo reale, e, inoltre, come adattamento alla compressione spazio-temporale generata dalla estesa multimedialità e da una società globale interconnessa.

Con la postmodernità, si tende a non ripudiare la tradizione, anzi la si ospita presentandola come un inconsueto riepilogo di memorie e storie, a sostenere che la società postmoderna sia una società decentralizzata, destrutturata e frammentata, dove spesso è possibile sentirsi spaesati e precari: ed è per questo, quindi, forse, che il turismo delle radici ha recuperato valore e rilevanza, ma soprattutto una sua autonomia e dignità concettuale. Non, o non solo, un turismo di nicchia, non, o non solo, un segmento di mercato, ma un turismo fatto di persone che viaggiano per il piacere di viaggiare verso i luoghi

delle proprie origini e della propria storia familiare, e di ritrovare un pezzo rilevante della propria identità storica.

Il presente volume rappresenta un momento di riflessione ed approfondimento su alcuni fra i risultati più rilevanti prodotti nell'ambito delle attività di studio e ricerca dedicate al fenomeno turistico dal *Centro Ricerche e Studi sul Turismo* (o, anche, *CReST*) dell'Università della Calabria.

Per la sua elaborazione, oltre a tenere conto di tutto quanto fino ad ora accennato, si sono ampiamente utilizzati gli scritti che, a seguito delle attività di ricerca, si sono succeduti negli anni e che sono stati in diversi incontri scientifici oggetto di ulteriore riflessione ed approfondimento. Fra questi, ai fini della presente pubblicazione si sono certamente tenuti in considerazione i seguenti lavori citati per intero in bibliografia: *Accogliere il turista delle radici* (2019), *Smart technology and residential roots tourism* (2018), *Host e guest: il valore economico, sociale e culturale del turismo delle radici per le comunità locali* (2017), *Residential Roots Tourism in Italy* (2013), *The relationship between roots tourism and residential tourism: the case of a significant area of southern Italy* (2012) e, con T. Romita, *Da emigrati a turisti. Turismo delle radici e recupero delle identità locali* (2009).

In buona sostanza, questo volume rappresenta un primo momento di valutazione, esame ed analisi, di una parte delle attività di ricerca svolte a partire dal 2007 dal *CReST*, oltre che della parte di ricerca documentale, anche delle attività svolte sul campo e che hanno trovato nei portatori di interesse, nella popolazione locale e, soprattutto, nei turisti, i principali attori, e che grazie a decine di *field* hanno portato ad accumulare circa quindici mila interviste.

In realtà, questo volume dedicato al turismo delle radici si pone un obiettivo magari limitato ma preciso: quello di guardare alle questioni teoriche, a quelle concettuali ed alla capitalizzazione di una parte dei risultati della attività di ricerca empirica realizzata nel tempo, al fine di proporre elementi di conoscenza ed informazione che aiutino la formulazione di suggestioni utili ad inquadrare il fenomeno dal punto di vista qualitativo e quantitativo.

Per perseguire l'obiettivo, nel volume è stato ritenuto inevitabile accennare in via preliminare al fenomeno migratorio, proprio in quanto manifestazione sociale che origina il cosiddetto "turismo delle radici" ed entro cui lo stesso fenomeno turistico tende a svilupparsi

come bisogno. Tuttavia, la parte più importante e rilevante della presente pubblicazione è dedicata proprio alla illustrazione di un percorso di lettura delle definizioni di “turismo delle radici” e di “turista delle radici”.

A tali fini, abbiamo ritenuto particolarmente utile illustrare i risultati di una fra le più recenti ricerche svolte sul territorio calabrese dal *CReST* dell'Università della Calabria in collaborazione con la Camera di Commercio di Reggio Calabria, nell'ambito della quale non solo è stata affrontata l'analisi delle figura del turista delle radici, ma si è anche evidenziata l'esistenza di una rilevante distinzione che, da diverso tempo, il centro ricerche universitario sta proponendo sia in ambito nazionale che in ambito internazionale. Ovvero, l'esistenza di comportamenti e atteggiamenti turistici, fra loro anche molto differenti, seppure aventi medesime radici nel turismo di massa moderno, a seconda che si tratti di turismo convenzionale (quello delle strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere) o di turismo non convenzionale (ovvero il turismo che si pratica attraverso l'uso di abitazioni private): è, questa, una distinzione che è stata tenuta continuamente presente nel volume in quanto ritenuta estremamente rilevante, tuttavia poco o per niente presente in letteratura.

Oltre che alla ricerca appena citata, nel volume non potevamo non porre in evidenza alcune iniziative sul turismo delle radici che si pensa possano essere tranquillamente etichettate come buone pratiche. Pertanto, un caso di studio a cui è stata data particolare evidenza è quello dell'*Associazione Raiz Italiana*, una fra le poche imprese italiane concretamente attive nella proposizione di attività di promozione e organizzazione di viaggi delle radici.

Infine, si è ritenuto significativamente rilevante porre in risalto il caso di studio delle politiche di promozione e governance del turismo delle radici poste in essere dal *Ministero italiano degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (MAECI) - Direzione Generale per gli Italiani all'Estero e le Politiche Migratorie*, che hanno certamente sortito anche l'effetto di riunire intorno ad un unico tavolo vari soggetti che da anni si occupano del fenomeno.

## Il fenomeno migratorio

### 1.1. Un mondo in movimento

La mobilità è una caratteristica distintiva della società in cui viviamo, un fenomeno che ha particolarmente segnato la modernità, ma che con la postmodernità ha assunto caratteri e dimensioni decisamente significativi.

In effetti, oltre alla quantità di viaggiatori, oggi, più che nel passato, colpiscono la facilità, la rapidità e le diverse modalità con cui le persone comunicano fra loro e si “muovono” continuamente nello spazio. Tale situazione, oltre ad avere attirato l’attenzione dei decisori politici, di quelli economici e della stessa opinione pubblica mondiale, è stata e continua ad essere oggetto di interesse degli scienziati sociali (sociologi, antropologi, geografi, economisti, ecc.), che sono giunti a proporre il paradigma della mobilità quale chiave di lettura della società contemporanea.

Secondo alcuni di questi studiosi, la cultura globale che oggi impregna tutti i settori della società è proprio il risultato delle continue trasformazioni generate dalla mobilità territoriale, e che continuerà a segnare i cambiamenti anche della società del prossimo futuro. In quest’ottica, il “viaggio” rappresenta il fattore centrale nella spinta al cambiamento della società, della storia umana e della cultura, una forza che trasforma le personalità individuali, le mentalità, i rapporti sociali (Leed, 1991; ed. it. 2007: 13).

Ed in effetti, se da un lato esisterebbe una sorta di motivazione istintiva che spinge gli esseri umani a viaggiare (Ogilvie, 1933), ossia, che secondo questo punto di vista la propensione a viaggiare è propria della natura umana, dall’altro non vi è dubbio che la mobilità territo-

riale fa parte integrante della storia dell'umanità: si è sempre viaggiato ed il quadro delle motivazioni e dei significati, simbolici e non, attribuiti al viaggio è nel tempo continuamente mutato.

Infatti, semplificando molto, possiamo dire che nel corso dei secoli interi popoli si sono gradualmente avventurati in luoghi sempre più lontani da quelli in cui sono nati, in questo modo il viaggio ha assunto significati che si sono via via aggiunti a quelli precedenti: in una prima fase si "viaggiava" verso nuovi vicini territori alla ricerca di risorse necessarie alla propria sopravvivenza; dal viaggio per la sopravvivenza si è passati al viaggio finalizzato alla scoperta di territori sempre più lontani e quote importanti di queste popolazioni viaggianti si sono dedicate alla colonizzazione dei luoghi scoperti; successivamente, il viaggio ha assunto anche altri significati: conoscenza, ricreazione, stile di vita. In altri termini, nell'antichità e fino a prima della comparsa dell'epoca rinascimentale, viaggiare significava compiere un atto eroico che restituiva prestigio a chi lo compiva; successivamente all'epoca medievale, e, quindi, nel periodo moderno, viaggiare poteva anche significare esplorare e svelare il rapporto fra se stessi e gli altri; infine, in epoca contemporanea, il viaggio rappresenta anche un mezzo per rafforzare la propria identità personale, nazionale e globale.

Il risultato del viaggiare nei secoli, è che tutto il mondo è stato visitato e colonizzato e sembra quasi che non vi siano più mete sconosciute. In realtà, il viaggio come scoperta rinasce continuamente inventando nuove mete e inaspettate forme di viaggio.

Ma perché si viaggia? Il viaggio risponde solo, come prima si è accennato, ad una motivazione istintiva o vi sono altri fattori sociali che spingono gli individui verso il viaggio? Per il viaggiatore, il viaggio è sempre un fatto sociale positivo o esistono casi in cui il viaggio assume una valenza sociale negativa? Il ruolo sociale del viaggiatore è riconosciuto dalle comunità ospitanti come una opportunità o come una minaccia?

Per dare una risposta compiuta a queste domande occorrerebbe uno spazio che in questa sede non abbiamo disponibile, anche perché non servirebbe rispetto agli obiettivi centrali che ci poniamo di perseguire attraverso il presente lavoro. Tuttavia una qualche risposta appare opportuno cercarla, poiché, ai nostri fini, sembra certamente utile sottolineare gli aspetti che ci permettono di evidenziare il fatto che il viaggiare risponde solo marginalmente ad un bisogno innato e/o istintivo delle persone.

In letteratura si tende a distinguere, in stretta relazione con le motivazioni che determinano la “necessità del viaggio”, i viaggiatori in due gruppi: coloro che viaggiano per libera scelta e coloro che viaggiano perché obbligati a farlo.

I primi prevalgono sui secondi, rispetto ai quali si differenziano poiché la partenza è volontaria e presuppone il ritorno nei luoghi da cui si è partiti. Ciò rende implicito che il viaggio avrà una determinata durata, ossia una data di partenza ed una data di ritorno, e quando questa sarà nella stessa giornata più che di viaggiatori si parlerà di escursionisti.

In questo gruppo troviamo diverse figure sociali di viaggiatori e cercare una classificazione esaustiva è praticamente impossibile. Tuttavia alcune di queste sono particolarmente conosciute e familiari poiché presenti in quasi tutte le epoche storiche. La più nota è quella della persona che viaggia senza uno scopo determinato e senza fini strumentali, perseguendo finalità ricreative e/o di arricchimento culturale. Un noto esempio del passato è il viaggio ozioso degli Antichi Romani, mentre oggi vi è l'esempio del turista, figura sociale esplosa con la modernità e con la società dei consumi di massa, inizialmente intesa come persona che realizzava un'esperienza “banale” (in quanto dedita a svolgere un “viaggio inutile” poiché “attività” consumistica del tempo libero), successivamente rivalutata in quanto al turista è stato riconosciuto il ruolo sociale positivo di agente di sviluppo economico e sociale delle comunità ospitanti, ed oggi quello di persona che persegue ed incorpora uno stile di vita tipico della società post-moderna.

Insieme al turista, un'altra nota figura sociale di persona che viaggia per libera scelta è quella del commerciante o, più in generale, delle persone che viaggiano per lavoro e business. La figura del commerciante (che in ebraico antico assumeva proprio il significato di viaggiatore) è da sempre molto studiata nell'ambito delle scienze sociali, e nell'ambito degli studi sul movimento dei forestieri che si determinarono con l'espansione commerciale conseguente alla seconda rivoluzione industriale, e che ebbe come importanti studiosi del XX secolo Simmel (1908) e Schutz (1944).

Fra chi viaggia per libera scelta vale la pena ricordare il viaggiatore che si muove perseguendo finalità formative. In tale ambito rientra, ad esempio, il Grand Tour dei giovani aristocratici dei secoli XVII e XVIII, e, poi, dei giovani della borghesia industrializzata del XIX secolo (un viaggio etichettato come il “fossile” del turismo moderno;

cfr. Savelli, 2002). Un ulteriore esempio è quello dei giovani che viaggiano per ragioni di studio verso località diverse da quelle in cui vivono, anche, come sempre più spesso accade, all'estero (un esempio più recente è quello degli studenti Erasmus che ogni anno, in migliaia, varcano, per ragioni formative, i confini della propria nazione). Vi è, poi, chi si muove per assistere ad eventi e manifestazioni pubbliche di vario tipo (sportive, musicali, artistiche, politiche, religiose, culturali, ecc.) all'interno della propria nazione o all'estero, anche in questo caso generando importanti flussi di viaggiatori, pensiamo, ad esempio: ai campionati mondiali di calcio o di atletica, alle decine di migliaia di persone che ogni settimana viaggiano per assistere alle manifestazioni sportive, ai grandi concerti di musica pop, alle fiere ed alle mostre universali (già quella di Parigi del XIX secolo, totalizzò rilevanti quantità di presenze nonostante mezzi di trasporto e di comunicazioni non paragonabili a quelli attuali), ai piccoli e grandi eventi religiosi (l'ultimo Giubileo di Roma), alle *convention* politiche, ai congressi medici, ecc..

Come risulta facile capire, anche ai non addetti ai lavori, gli esempi di tipologie di viaggio svolti per libera scelta rinvenibili nella società attuale, di breve, medio e lungo raggio (non solo di quelle tipologie che producono grandi numeri di viaggiatori ma anche di quelle tipologie di viaggi volontari che generano numeri e fenomeni di "nicchia"), possono essere ancora decine.

Tuttavia, la cosa che, dal punto di vista concettuale, accomuna i tipi di viaggiatori sin qui visti, è che il viaggio costituisce una libera scelta. Ci troviamo nella situazione in cui le singole persone decidono di viaggiare, di spostarsi in luoghi più o meno lontani da quelli in cui abitano, sulla base di una scelta voluta, intenzionale, consapevole, e di motivazioni che trovano una loro collocazione nell'ambito del soddisfacimento di bisogni strumentali e non: si viaggia per sé, e non necessariamente da soli, anche quando ciò per cui si viaggia coinvolge migliaia di altre persone.

Come prima abbiamo detto, se pure la libera scelta è la condizione che maggiormente caratterizza il viaggio nella società in cui attualmente viviamo, accanto a questa tipologia vi è anche quella, parimenti importante se pure meno diffusa rispetto alla prima, dei viaggiatori involontari, dove la "... partenza è [...] provocata dalla necessità, dal mutamento o dal disastro, dal crimine o dalla violazione di una norma" (Leed, 1991; ed. it. 2007: 48). Anche in questo caso si possono

fare diversi esempi di persone che viaggiano verso luoghi a loro poco o, talvolta, per niente conosciuti, e per le più svariate ragioni.

Si pensi alle migliaia di profughi che ogni anno viaggiano verso Paesi, anche molto diversi culturalmente da quelli da cui partono, per sfuggire alle persecuzioni ed alle guerre. In questo caso, è assai evidente che il viaggio, che purtroppo in molti casi mette addirittura a repentaglio la stessa vita dei migranti, non è un viaggio volontario e che chi lo fa avrebbe preferito non farlo se nel proprio Paese vi fossero garantiti i diritti fondamentali di giustizia e libertà. Si tratta di viaggi molto lunghi nella preparazione e pericolosi nella realizzazione, che talvolta prevedono solo una sosta temporanea nel territorio di primo arrivo, e che, in taluni casi, mirano ad un soggiorno permanente previo ricongiungimento con altri familiari precedentemente emigrati. È questo un insieme di viaggiatori in grande aumento a causa delle turbolenze economiche e sociali presenti in aree molto ampie ed importanti del mondo, che in tal modo si assicurano la sopravvivenza in una terra che non è la propria, ma con sempre presente il desiderio di poter ritornare nella terra di origine.

Altro esempio di viaggio “forzato” che muove ogni anno migliaia di persone, è quello che si compie per ragioni di salute, ossia alla ricerca di strutture sanitarie più efficienti o più adeguate alla patologia di cui si soffre, rispetto a quelle disponibili sul territorio in cui si risiede. In Italia sono particolarmente noti i tanti viaggi che ogni anno le persone, prevalentemente residenti nelle aree del Sud, fanno verso le strutture sanitarie più attrezzate della nazione o, addirittura, all'estero.

In questa tipologia di viaggi non voluti, troviamo anche quelli che ogni anno sono compiuti in tutto il mondo dalle forze armate, oltre che per garantire l'ordine pubblico interno alle nazioni, anche per missioni umanitarie.

Infine, un ultimo esempio di viaggi non volontari, anche se non forzati, possono essere gli spostamenti sul territorio che quotidianamente effettuano le persone che viaggiano per fini strumentali, principalmente legati ad esigenze lavorative. Tali viaggi possono essere più o meno lunghi, più o meno obbligati, più o meno frequenti, più o meno effettivamente utili per la persona che li compie, tuttavia rappresentano un'attività obbligata per decine di migliaia di persone che altrimenti non potrebbero maturare le risorse economiche necessarie per vivere. Per tale ragione, tale tipo di viaggio è, quindi, nello stesso tempo volontario ma anche obbligatorio, riportando tali tipologie di

viaggiatori fra quelle che ogni giorno determinano la percentuale forse più rilevante di spostamenti nel mondo. Sono quelli che riempiono quotidianamente le strade e le autostrade, i treni ed i Pullman, i porti e gli aeroporti, così come anche le sale convegni, i ristoranti e gli alberghi; sono certamente una fra le tipologie di viaggiatori che maggiormente attraggono gli operatori del settore ricettivo, e di tutti coloro che da questi flussi di viaggiatori traggono benefici nel fornire prodotti e servizi, a persone, comunque, distanti dalla loro abitazione o dai luoghi in cui risiedono.

In ogni caso, fra tutte le persone che viaggiano non per libera scelta spesso alberga un sentimento di sofferenza, solo raramente tale tipo di viaggio rappresenta un vero piacere e/o un'opportunità di trasformazione personale, anche quando dal viaggio "forzato" si traggono vantaggi e si trovano soluzioni ai propri problemi.

Riassumendo, possiamo dire che diverse sono le tipologie di persone mobili (persone che lasciano la propria terra per migliorare la propria condizione di vita, uomini d'affari, accademici, professionisti che partecipano a convegni internazionali, diplomatici, politici, missionari, rifugiati, esiliati, Erasmus, turisti, ecc.) e che la mobilità di queste persone non ha per tutti la stessa valenza (per alcuni rappresenta una semplice evasione dalla vita quotidiana o semplici eventi, per altri rappresenta l'essenza della propria esistenza, dove la ricorrenza è necessaria e fondamentale).

In conseguenza di ciò, qualcuno ha scritto che le "forme contemporanee di mobilità comportano anche la crescita di un altro tipo di entità: le culture transnazionali, strutture di significato che viaggiano su reti di comunicazione sociale non interamente situate in alcun singolo territorio" (Hannerz, 1998: 318). Come anche che, in questa società, accanto alla mobilità territoriale, un posto rilevante è occupato anche da altri tipi di mobilità spesso in interazione o in collaborazione tra loro, fra queste un posto assai importante è occupato dalla cosiddetta "mobilità virtuale".

Mentre la moltiplicazione dei viaggi fisici (o territoriali) la si deve al grande potenziamento e perfezionamento dei mezzi di trasporto delle persone e delle cose, via terra, mare e cielo, l'esplosione della mobilità simbolica e di quella virtuale la si deve ai grandi progressi tecnologici applicati ai media, alle possibilità di comunicare fra le persone, e, in particolare, alla rapida crescita ed alle opportunità offerte da Internet e dalla telefonia mobile.

Queste tecnologie rendono oggi possibile, e ad un costo relativamente contenuto, il collegamento in tempo reale fra le persone in tutte le aree abitate del mondo. Inoltre, la possibilità di trasferire, oltre che la voce, anche immagini e testi, o di comunicare in modalità video fra due o più persone in qualsiasi momento si voglia, mitiga fortemente i problemi generati dall'assenza di contatto personale diretto fra le persone. Infatti, oggi, molte comunicazioni di lavoro si realizzano via Internet, via e-mail si trasferiscono dati, informazioni, documenti, e anche documenti trasformati in atti ufficiali attraverso l'apposizione della cosiddetta firma digitale. Milioni di operazioni vengono svolte inviando e ricevendo, via Internet, e-mail personali e/o istituzionali. La prenotazione dell'albergo, del ristorante o del volo aereo, così come anche l'acquisto di un libro, di un capo d'abbigliamento o di un pezzo di ricambio per la propria automobile, come ancora il trasferimento dell'articolo al giornale per il quale si lavora, o della fotografia ai nonni della nipotina appena nata, o dell'estratto del proprio conto corrente bancario al coniuge, e quasi tutte le altre attività per le quali fino a poco tempo fa occorreva il trasferimento fisico, la stampa cartacea o il contatto diretto fra le persone, oggi sono praticamente svolgibili in modo virtuale via Internet. Inoltre, Internet, unitamente alle attuali tecnologie della telefonia mobile, consentono alle persone di comunicare tra loro e coordinarsi in tempo reale ed in movimento, di tenere incontri di lavoro in videoconferenza, di comunicare con immagine e voce a costi quasi nulli. Insomma, oggi, e certamente ancora di più nel prossimo futuro, la mobilità virtuale occupa un posto di grande rilevanza per le persone, in particolare per le giovani generazioni che, quotidianamente, la praticano.

A questo punto, appare opportuno sottolineare che gli effetti cui danno luogo le potenti tecnologie per la comunicazione e per la informazione appena sopra ricordate, non si esprimono solo in termini di mobilità virtuale ma, a ben guardare, anche in termini di mobilità simbolica. In effetti, in questa sede, riteniamo di dover distinguere questi due tipi di mobilità, seppure concettualmente contigui. Ovvero, mentre con l'espressione mobilità virtuale stiamo ad intendere l'attuale possibilità di comunicare in tempo reale fra le persone a tutti i livelli di collocazione territoriale, con l'espressione mobilità simbolica intendiamo segnalare l'attuale possibilità offerta dai media di "viaggiare da casa" fra luoghi e contesti socio-culturali, ripresi in tempo

reale o riprodotti *off-line*, restituendo, talvolta, al “viaggiatore” l’impressione di un’esperienza reale e non mediata.

Pensiamo, tanto per fare un esempio, a come è cambiato il modo di scegliere la località in cui trascorrere le proprie vacanze da parte del turista. Mentre fino a qualche anno addietro, la scelta della destinazione turistica, specialmente quando ci si orientava verso una località nuova e mai in precedenza visitata, si basava principalmente sui *de-pliers* disponibili nelle agenzie di viaggio e sulle informazioni fornite da persone che vi erano già state, oggi il primo passaggio è quello di cercare su Internet la località in cui si vuole andare. Si consultano i siti istituzionali ufficiali, quelli creati dagli operatori turistici e quelli in cui sono disponibili commenti ed osservazioni dei turisti. Fatto ciò, si cerca la presenza di eventuali “webcam” e si effettua una visione “satellitare” della località, infine si acquisiscono tutte le informazioni sulle risorse turistiche presenti, sui costi, sulla popolazione locale e sui mezzi di trasporto. In altri termini, il viaggio reale è preceduto, se mai si deciderà di farlo effettivamente, da un viaggio simbolico mediato dai media, ed il viaggio reale potrà confermare o meno quello costruito ed immaginato via web. È anche questa una forma di mobilità, in cui a viaggiare non è il fisico ma la mente.

Le mobilità appena accennate sono quelle che caratterizzano la società attuale, in parte conseguenza dei processi di globalizzazione della società, in parte esse stesse generatrici di mutamento sociale e di sviluppo degli stessi processi di globalizzazione.

## 1.2. Migrazioni contemporanee

È dal 2000 che le Nazioni Unite producono rapporti sulle migrazioni internazionali per cercare di comprendere meglio il fenomeno migratorio.

Secondo l’*International Migration Report 2017* delle Nazioni Unite, il numero dei migranti è da anni in continua crescita: dal 2000 al 2017 vi è stato un incremento del 49%, e dal 2015 il numero è aumentato di 14 milioni.

L’ONU prevede una crescita continua del fenomeno. Nel 2050, insieme all’aumento della popolazione mondiale (9,8 miliardi di abitanti), si avrà un notevole aumento dei migranti, che saranno 469 milioni, quindi, oltre l’80% in più rispetto al 2017 (Idos, 2018).