



5 (2022)

1

Percorsi di geografie letterarie, percettive,
educative e dello sviluppo locale

Edited by

Dino Gavinelli, Giovanni Baiocchetti and Sara Giovansana

EDITORIAL

- Percorsi di geografie letterarie, percettive, educative
e dello sviluppo locale 9
Dino Gavinelli - Giovanni Baiocchetti - Sara Giovansana

GEOGRAPHICAL APPROACHES

- Pagine al vento. Le identità letterarie della Patagonia
in una prospettiva geografica 17
Thomas Gilardi
- Trasgressive, ribelli e perdute: frammenti di periferie reali
e immaginarie nella narrativa urbana turco-tedesca contemporanea 27
Sara Giovansana
- La narrativa 'padana' di Gianni Celati: due letture geografiche
a confronto 43
Camilla Giantomasso
- Dal Grand Tour all'educazione globale: gli immaginari europei
nelle performance visuali di viaggio 57
Chiara Rabbiosi

Zero Waste for geographical education on sustainability <i>Andrea Guaran - Federico Venturini</i>	73
From sea to shore: reuniting the divide by yachting <i>Alberto Forte</i>	87
The participation of local actors in the development of the upstream Ouelтана territorial municipalities, Azilal province (Morocco) <i>Mohamed El Bakkari - Abdellatif Tribak</i>	99

BOOK REVIEWS

L. Gaffuri, <i>Racconto del territorio africano</i> (2018) <i>Valerio Bini</i>	115
-----------------------------------------------------------------------------------	-----

Dal Grand Tour all'educazione globale: gli immaginari europei nelle performance visuali di viaggio

Chiara Rabbiosi

Università degli Studi di Padova

DOI: <https://dx.doi.org/10.7358/gn-2022-001-rabb>

ABSTRACT

This paper frames international student mobilities throughout Europe as a novel Grand Tour to revise the social and material tourist encounter with the continent and ordinary life therein, and advance cultural and political debates concerning the European space. This is done by analysing how European imaginaries are enacted in three tourist pictures of Rome, collected through photo-elicited focus groups with international students. The methods employed in the latest visual and tourism studies were used herein. This study shows how persistent and often stereotyped representations of Europe come together with critical readings of the European society, and highlights the importance – in the geographical analysis of tourist photography – of including more-than-representational accounts of what happens before and after shooting a tourist picture.

Keywords: tourist photography; visual methodologies; European imaginaries; Grand Tour; global education.

Parole chiave: fotografia turistica; metodologie visuali; immaginari europei; Grand Tour; educazione globale.

1. INTRODUZIONE

Il Grand Tour, come fenomeno geografico e sociale, non smette di destare interesse, come dimostra la continua proposta di mostre e pubblicazio-

ni scientifiche e divulgative che si succedono. Come noto, il Grand Tour identifica il viaggio di qualche mese, se non di qualche anno, intrapreso dai ‘rampolli’ dell’aristocrazia britannica nel XVII secolo e successivamente delle classi nobili francesi, tedesche e nordeuropee, prima verso il Sud dell’Europa, per conoscere la culla della cultura classica, e poi anche verso una serie di città e regioni nel continente europeo. Le prospettive con cui è stato studiato in ambito geografico sono davvero molteplici, in primis nell’ambito della geografia storica e della geografia del turismo. Di particolare interesse ai fini di quest’articolo, quest’ultima ha guardato al Grand Tour come alla chiave di volta tra prototurismo e turismo moderno (Bencardino e Prezioso 2007; Bagnoli 2018; Dell’Agnese 2018; Gavinelli e Zanolin 2019).

È già stato sostenuto che il lascito del Grand Tour sia confluito nella più ampia costruzione culturale agita dall’Unione Europea nel tentativo di stimolare e sedimentare una certa ‘europeità culturale’ necessaria al suo mantenimento politico (Verstraete 2002; Sassatelli 2009). Senza entrare nel dettaglio del dibattito sull’identità europea, è possibile notare che un nuovo senso d’appartenenza basato sulla mobilità e sul movimento sia stato incentivato dall’Unione stessa a partire dallo spazio interno senza frontiere (ma dai confini variabili) identificato come Area Schengen, in vigore dal 1995 (European Commission 1995; 2001). Diversi tipi di mobilità intra-regionale sono stati sostenuti, tra i quali va citata quella educativa. Il programma di scambi studenteschi Erasmus era già stato inaugurato nel 1987 (Van Mol 2013). Oggi la mobilità legata all’educazione superiore secondaria costituisce un vero e proprio mercato per le università europee in linea con i principi dell’economia della conoscenza (Chou e Gornitzka 2014; Lazzeroni 2020). Sempre più student¹ scelgono di svolgere uno o più semestri se non l’intero ciclo di studi in un’università diversa da quella in cui hanno completato il ciclo di istruzione precedente con lo scopo di acquisire competenze di cittadinanza globale a fianco dell’assoluzione di un percorso educativo formale (Waters 2017).

Questo articolo propone una lettura innovativa del ‘gran viaggio europeo’ calandolo nel presente. A partire da alcuni spunti emersi nell’ambito di una ricerca che ha guardato alla costruzione degli immaginari eu-

¹ Chi scrive riconosce l’importanza di un linguaggio inclusivo e utilizza, dove necessario, lo scèvå, o schwa (ə), come carattere per trascendere forme binarie di identificazione dei soggetti citati. Data la recente introduzione del carattere e l’assenza di norme specifiche sul suo uso, l’utilizzo nell’articolo rappresenta una forma di sperimentazione anche per chi scrive.

ropei, l'articolo interroga il modo con cui alcune rappresentazioni e idee di Europa emergono a partire dalle relazioni con il luogo, qui inteso nella sua duplice dimensione sociale e materiale, attraverso i viaggi turistici di studentə internazionalə. Per rispondere a questa domanda ci si è rivolti alla ricerca visuale che, anche in ambito geografico, negli ultimi anni ha arricchito il proprio bagaglio di strumenti e metodi (Bignante 2011). Infatti, come i grand-turisti del XVII e del XVIII secolo, gli studentə internazionalə sono impegnati in una intensa produzione di immagini che testimoniano il loro incontro con il contesto visitato. Oggi queste immagini sono realizzate per lo più attraverso smartphone e altre pervasive forme di mobilità miniaturizzate dotate di videocamera (Elliott e Urry 2010), e sono poi fatte circolare attraverso i più comuni social network. Le fotografie turistiche degli studentə internazionalə sono immagini soggettive la cui analisi può essere utile ad illuminare alcuni aspetti della costruzione degli immaginari europei contemporanei.

A partire dalla ricerca da cui quest'articolo muove, in questa sede si vuole ampliare la discussione già in atto sul ruolo delle metodologie visuali in geografia, rileggendole alla luce degli approcci più innovativi provenienti dagli studi sul turismo. Nel prossimo paragrafo sarà brevemente discussa la relazione tra geografia del turismo e ricerca visuale focalizzandosi in modo particolare sulla dimensione performativa. Successivamente saranno analizzate alcune immagini raccolte attraverso la ricerca, e discusse collettivamente da chi vi ha partecipato, che riproducono l'iconografia tipica del Grand Tour. Nelle conclusioni saranno fatti emergere alcuni elementi salienti in favore della ricerca visuale e come questa possa essere innovata a partire dagli stimoli provenienti dalla ricerca sul turismo e sulle mobilità.

2. TURISMO, GEOGRAFIA E DIMENSIONE VISUALE

Turismo, geografia e dimensione visuale delimitano un ambito particolarmente fertile per la ricerca sociale. Ad esempio, l'esperienza turistica del paesaggio è stata concepita come una modalità di vedere che ha plasmato tanto specifiche strategie di posizionamento socio-spaziale (Cosgrove 1984; 2008) quanto strategie di sguardo (Urry 1990). Successivamente sono aumentati gli studi volti a cercare di colmare il *gap* che si era andato a creare tra una fertile produzione teorica e una relativamente scarsa attenzione empirica intorno agli immaginari turistici, consentendo

di rilevare come le fotografie e la fotografia siano parte intrinseca delle performance locative associate al turismo (Edensor 2001; Coleman e Crang 2002). In questa prospettiva, la fotografia è stata anche considerata come dimensione ‘incastrata’ in quello che Claudio Minca (2007) ha definito ‘paradosso del turista’, poiché identificherebbe lo strumento per eccellenza con il quale i turisti cercano di entrare in contatto con quel paesaggio che è per loro allo stesso tempo fonte di desiderio e di delusione. I turisti, infatti, non sarebbero in grado di capacitarsi della doppia dimensione del paesaggio inteso sia come oggetto sia come spazio abitato, intriso di una dialettica estetica e incorporata tra ordine e disordine spaziale, a cui partecipano sguardi e sguardi di ritorno, mai riconciliabili.

Più in generale, nella geografia del turismo più recente, si è fatto avanti il suggerimento di andare oltre al considerare la fotografia e le fotografie turistiche come incontro statico, distanziato e disincorporato del mondo (Bærenholdt *et al.* 2003) ma anzi di concepirle come strumenti impliciti nella produzione di esperienze, performance corporee e memorie tangibili. In particolare Caroline Scarles (2009) ha considerato che sono molteplici le modalità con cui da un lato i turisti producono fotografie e dall’altro le fotografie ‘producono’ turisti. In particolare, la studiosa ha identificato cinque momenti con cui è possibile concettualizzare la fotografia nel turismo. Innanzi tutto, le fotografie nel turismo possono essere concepite come artefatti politici e lo sono proprio perché corrispondono a una pratica narrativa e visuale selettiva rispetto al luogo. Sono oggetti (oggi sempre di più digitali) creati ad arte per veicolare specifiche visioni del mondo. Se è facile intendere questo aspetto rispetto alle fotografie utilizzate nei materiali promozionali, esso non cessa di essere presente nella produzione personale di immagini. Le fotografie che scattiamo possono (e spesso vogliono) veicolare le nostre visioni del mondo. Durante il Grand Tour questa dimensione era particolarmente presente nel momento in cui, intorno a quel tipo di viaggio, si iniziava a sedimentare un circuito di supporti grafici del paesaggio visitato. Questi, a loro volta, alimentavano i viaggi reali o immaginifici di altri grand-turisti (Dell’Agnese 2018). I documenti di viaggio dei grand-turisti esprimevano e riproducevano la cultura propria alla loro epoca, ricalcavano gli stereotipi del tempo e, seguendo itinerari prestabiliti alla moda, si soffermavano su elementi dell’ambiente fisico e della vita sociale legati a particolari stilemi (Masetti 1993). Possiamo ipotizzare che lo stesso sia per i documenti di viaggio dei grand-turisti contemporanei e che questi possano sedimentarsi in blog di viaggio o nella semplice pubblicazione sui social network più noti (Facebook, TikTok, Instagram, etc.) con cui gli studenti internazionali

mantengono una relazione con i propri pari (Pakan 2019). Ma la fotografia turistica, continua Scarles (2009) identifica anche delle performance riflessive, poiché si innesta su riflessioni che prendono forma attraverso la pratica corporea e che si estendono ben al di là della materialità o della dimensione digitale della fotografia: dalle riflessioni agite nel momento dello scatto a quelle relative al luogo in cui la fotografia sarà poi collocata. Il terzo momento concettuale è quello dell'immaginazione dello spazio in cui si compie un tentativo di ricongiunzione tra reale e immaginario, e tra sé e Altro da sé. Le fotografie turistiche sono dunque 'visualità incorporate' poiché ciò che viene fotografato è ispirato non certo solo da quello che è colto dall'occhio ma anche da ciò che viene toccato, gustato, sentito e udito nel contesto turistico. In questo senso le fotografie non sono riducibili alla rappresentazione, ma sono oggetti 'più che rappresentazionali' (Lorimer 2005; Edensor 2018). E sono tali non solo mentre vengono prodotte, ma anche quando sono oggetto di usi successivi. L'ultimo momento concettuale con cui intendere la fotografia turistica secondo la Scarles è quello del 'suggerimento etico' che la stessa esprime, al di là di un sistema binario che si posiziona chiaramente tra giusto e sbagliato o tra buono e cattivo. L'etica della fotografia turistica rimanda anzi a forme eterogenee di sensibilità socialmente ancorate.

Come vedremo nella nostra analisi, queste dimensioni concettuali possono essere molto utili qualora si utilizzi l'analisi visuale nell'ambito di una ricerca basata sull'uso della fotografia turistica, poiché consentono di muoversi dentro e fuori dall'immagine, ma anche di spostarsi lungo l'asse che unisce, senza mai separare (anzi, al massimo 'ingarbugliare'), rappresentazioni e pratiche (Franklin e Crang 2001).

3. IL CONTESTO DELLA RICERCA

Quanto qui presentato è emerso durante una ricerca che si è svolta tra dicembre 2019 e maggio 2020 e che ha interrogato la fotografia turistica di alcuni studenti di due corsi di laurea magistrale a forte vocazione internazionale, l'uno con sede a Padova e l'altro con sede a Tallinn, in Estonia. Entrambi i corsi di laurea sono condotti in lingua inglese e sono esplicitamente promossi, dalle rispettive istituzioni, sul mercato 'globale' dell'istruzione secondaria superiore. Alla ricerca hanno partecipato 25 studenti di diverse nazionalità ed in particolare 6 studenti di cittadinanza europea, 5 provenienti da stati dell'Est Europa non rientran-

ti nell'UE (secondo la classificazione per gruppi regionali delle Nazioni Unite)² e 13 studentə che non appartenevano a nessuna delle due categorie precedenti. Infine, una studentə aveva doppia cittadinanza (europea-non europea). A chi ha partecipato è stato chiesto di selezionare cinque immagini dal proprio archivio personale di fotografie 'turistiche', scattate durante il soggiorno in Europa. Le fotografie dovevano essere scelte in quanto, a propria discrezione, rappresentavano la propria 'idea di Europa'. Seguendo la metodologia del foto-stimolo (cf. Bignante 2011, 115-119), nel corso di cinque focus group le fotografie sono state discusse prima senza svelare chi le avesse scattate. Il nome è stato reso noto solo dopo un primo giro di tavolo, rendendo possibile richiamare collettivamente alla memoria il contesto di produzione della fotografia e altri dettagli contestuali.

4. RITORNO SUI LUOGHI DEL GRAND TOUR: QUALE EUROPA È OGGI VISTA E 'INCONTRATA'?

Le fotografie emerse dalla ricerca sono state scattate in una cinquantina di luoghi diversi e identificati all'interno dei focus group. Talvolta le fotografie sono state associate da coloro che hanno partecipato alla ricerca a una regione intera (le Alpi francesi), ma più spesso a un nucleo urbano identificabile. Tra questi spiccano le capitali europee: da Lisbona a Helsinki, da Londra a Roma. Quest'ultima, peraltro, è stata tra le mete indiscusse del Grand Tour, come ampiamente documentato dalla letteratura (cf. Brillì 1995; Formica 2009; Pinelli 2010). Ai fini di questo articolo, sono state selezionate tre fotografie (di cinque) aventi per oggetto questa città.

La fotografia presentata in *Figura 1* è stata scattata da una studentessa tedesca che, quando la ricerca si è svolta, stava trascorrendo un semestre a Tallinn, in Estonia. Dal punto di vista compositivo, l'immagine richiama in maniera esplicita gli stilemi che potremmo ritrovare in una litografia di Giovan Battista Piranesi, di Canaletto o di Giovanni Paolo Pannini. A identificarla come portatrice di una 'idea d'Europa' durante i focus group è stata Elina, una studentessa finlandese, in una sorta di mimesi con la vulgata del Grand Tour stesso che ha visto come protagonisti viaggiatori e viaggiatrici del nord e del centro Europa in visita verso le regioni mediterranee europee. Carla Masetti ha osservato che i prodotti

² <https://www.un.org/dgacm/en/content/regional-groups> [15/01/2022].

visuali dei grand-turisti “non sono dunque solo il risultato di una percezione ricavata dalla vista di un luogo suggestivo e subito ritradotta in disegno, ma anche di immagini assimilate e mediate dal ricordo e dalle esperienze successive e poi restituite graficamente” (Masetti 1993, 155). Lo stesso si può dire della traduzione fotografica di quanto incontrato sul campo del turismo da parte dei nostri studenti internazionali. Ed anzi, osservando alcune delle immagini presentate, è possibile rendersi conto quanto l’immaginario ‘romano’ del grand-turismo sia ancora oggi presente nella fotografia turistica. Come è noto, le vedute della Roma antica ormai in decadenza sono state ampiamente ‘disegnate’ dai grand-turisti o per i grand-turisti, traducendosi ieri come oggi in ‘artefatti politici’ visuali che utilizzavano iconemi specifici (le rovine, ad esempio) per evocare nostalgicamente un mondo classico che non c’era più, un Altro che serviva anche a affermare la propria identità nazionale e politica in maniera distintiva (Brilli 2003).



Figura 1. – Fori Imperiali. Fotografia scattata da una studentessa tedesca durante una vacanza con amici a Roma (2017 circa). © Kirstin

Non è un caso che Kirstin abbia confidato di aver scattato la foto un paio di anni prima durante un viaggio con alcuni amici e di averla mostrata nell’ambito della ricerca perché le ricorda il patrimonio culturale europeo

connesso al mondo classico, tanto dal punto di vista architettonico quanto dal punto di vista politico. A differenza dell'Unione Europea, il continente europeo non ha confini che si possono facilmente tracciare (Lévy 1999; Dell'Agnese e Squarcina 2005). Dal punto di vista fisico l'Europa può essere identificata come spazio compreso tra gli Urali e l'Atlantico, ma il territorio così identificato è anche, e soprattutto, simbolico-culturale. Se ne possono enfatizzare una certa omogeneità linguistica (le lingue prevalentemente parlate storicamente sono di matrice indoeuropea), religiosa (una qualche variante di cristianesimo) e storico-culturale (dall'influenza del diritto romano all'illuminismo) per evidenziare la propria differenza rispetto a un Altro mondo (alla volta ottomano, islamico, comunista, etc.). L'analisi delle discussioni emerse nei diversi focus group sembra confermare un processo di affermazione dell'europeità. Esiste un solido filo rosso tra Grand Tour e turismo contemporaneo, incentivato dalla stessa Unione sia con i programmi di mobilità studentesca sia con i programmi specificatamente rivolti al turismo culturale (Verstraete 2002).

Tuttavia, a destare l'attenzione di Elina verso la fotografia di Kirstin è stata la compresenza tra le rovine provenienti dal passato e l'impalcatura recente che "sembrano reggersi mutualmente". Come suggerisce Barry (2021), la dimensione estetica della fotografia turistica include aspetti ordinari e contemporanei. E sono proprio questi elementi ad essere stati ritenuti degni di nota dalla collega di chi ha scattato. I focus group foto-stimolati possono essere intesi come momenti di pratica riflessiva, simili a quando la fotografia turistica viene discussa e condivisa con altrə (Scarles 2009). In questi momenti vi è la possibilità di richiamare quel venire insieme di dimensione sociale e materiale con cui un immaginario geografico o un'idea – in questo caso un'idea di Europa – prende forma nello spazio turistico. Più volte, nel corso dei focus group, l'idea di Europa sembra materializzarsi in un paesaggio urbano che include elementi del presente e del passato in compresenza. L'Europa è certamente denotata da una forte conservazione degli elementi del passato. Lo stesso elemento della rovina rimanda a quanto riconosciuto come un iconema tipico della rappresentazione ideale dell'Europa. Per i partecipanti ai focus group, le rovine – o comunque gli elementi del passato – sono elementi performativi non solo messi in scena nelle loro fotografie, ma anche 'incontrati' sul campo del turismo e più in generale dello spazio urbano in quanto elementi distintivi: "I think this is kind of an idea of Europe, like [...] kind of showing the history and wanting, yeah", sostiene uno di loro.

In un'altra ricerca che si è focalizzata su quali immagini di Europa emergessero nelle fotografie condivise sui social network da parte di alcuni studente indonesiane, è emersa in primo luogo la monumentalità degli edifici (Pakan 2019). In parte questo aspetto si ritrova nella seconda fotografia qui presentata (Fig. 2), scattata da una studentessa ucraina all'Università di Padova al momento della ricerca. Ma qui, come nella foto precedente, non è tanto la monumentalità ad essere sottolineata, quanto la 'storicità'. In maniera simile alla precedente foto, l'autrice sottolinea di avere scelto dal suo archivio turistico questa immagine perché Roma – che qui incarna parte del suo immaginario europeo – “is representation of some long long world history that is still a hectic movement of contemporary world”.



Figura 2. – Un attraversamento pedonale a Roma. Sullo sfondo Castel Sant'Angelo. Fotografia scattata da una studentessa ucraina durante un viaggio a Roma (2019 circa). © Natalya

Anche in questa immagine, come nella precedente, ciò che rimanda all'idea di Europa è la compresenza tra passato e presente, spesso presentati nella discussione in maniera stereotipata. Il passato nel presente è definito come qualcosa di immobile a cui un presente dinamico fa da contrappasso. Natalya sottolinea la presenza di diversi iconemi associati alla mobilità: “this chaotic traffic with lots of cycles”, e anche “tourists who are not noticing normal people”. Come nel caso dei grand-turisti che facevano spesso paragoni tra il luogo da cui provenivano e quello visitato

(Brilli 2003), Cinzia – che ha scelto la foto ed è una studentessa di origini italiane ma cresciuta in Canada – continua affermando che “there is a big car right in the middle. And it’s a bit... there’s traffic, uhm it’s a bit extremely populated coming as a Canadian”, facendo emergere un’altra *nuance* di come l’Europa sia stata incontrata praticando i luoghi ‘turisticamente’ e facendone poi discendere idee e immaginari.

Commentando la foto Cinzia riproduce e rinnova la dimensione umanistica degli immaginari d’Europa imbracciata anche dall’Unione Europea per stimolare una politica alla volta della mobilità e del luogo (Verstraete 2002; 2010). Se qui non è la cultura classica ad essere associata ad una idea di Europa, è comunque quella relativa a un patrimonio culturale già autorizzato (Smith 2006) e associato alle arti: “it’s my idea of Europe where is very old and it’s connected to [...] the culture, the art, Tosca of Puccini, [that is] the opera [where] she commits suicide by jumping off Castel Sant’Angelo”.

È possibile qui sottolineare che ‘la forza’ di questa fotografia non è solo negli iconemi, ma nella dimensione emotiva e sensoriale che sa attivare, in linea con il suggerimento di Scarles (2009) di considerare le fotografie turistiche come ‘visualità incorporate’, dove gli elementi sensoriali ed emotivi possono tanto ispirare lo scatto quanto emanare dalla foto stessa. Guardando la foto, Cinzia ‘sente’ la musica dell’opera “I love the music, it was so emotional”.

L’Europa non emerge solo dalla relazione socio-materiale intessuta con gli edifici storici o la loro compresenza e giustapposizione con elementi tipici della contemporaneità. Può emergere anche in contesti molto più prosaici: ad esempio un mercato alimentare regionale (*Fig. 3*). Peraltro, il mercato tornerà più volte nella ricerca, rappresentando una sorta di ‘mitologia turistica’ ancorata all’immaginario dello spazio pubblico inteso come spazio eterogeneo dal punto di vista sociale. In questa mitologia il cibo (ma non solo) si intreccia con diversi flussi di popolazioni, merci e informazioni, etc. connotando uno specifico luogo e diventando tutt’uno con esso (a differenza dei supermercati, ad esempio) (Coles e Crang 2011). È Banu, una studentessa turca, che trova nella terza fotografia qui presentata (e scattata sempre da Kirstin) il suo immaginario europeo. Per lei i mercati alimentari sono spazi vivaci e quotidiani, ambienti tanto comuni quanto performativi della dimensione del ‘locale’. Questa dimensione, dice, è espressa tanto dalla partecipazione al mercato (e dall’ostentazione della partecipazione) dei residenti, quanto dei turisti che li frequentano in quanto attrazione. Banu interpreta così quella svolta nella pratica turistica che si rivolge ai luoghi ordinari del-

la città e che considera agente dell'autenticità di un'attrazione non tanto il sapere esperto o l'istituzione garante, quanto l'abitante di un luogo (Russo e Richards 2016). La riflessione di Banu sottolinea anche quanto l'immaginario dell'Europa come Altro da sé (si ricordi che è turca) includa la dimensione turistica stessa. Per Banu, la compresenza di turisti e residenti negli spazi pubblici urbani “reminds me of European cities”.



Figura 3. – Una passante attraversa una piazza cosparsa di verdure e spazzatura al termine di una giornata di mercato. Fotografia scattata da una studentessa tedesca durante una vacanza con amici a Roma (2019 circa). Fonte: © Kirstin

L'immaginario Europeo emerge da un intreccio socio-materiale con il luogo non solo con edifici e esseri inanimati iconici (ad esempio le automobili o le biciclette indicativi della presenza di traffico nella fotografia 2), né solo con esseri umani. Kirstin, che ha scattato la fotografia 3, sottolinea che l'esistenza di una pavimentazione in porfido e la presenza dei piccioni è per lei per qualche verso tipica. Anche Elina dice di aver trovato in questa foto un'idea di Europa. In primo luogo, nel già discusso contrasto tra elementi del passato – rappresentato dai segni della città storica, come gli edifici sullo sfondo e il porfido della pavimentazione in primo piano, e persino dal mercato stesso come formato tradizionale di vendita al dettaglio – e elementi del presente, rappresentato per lei dalla donna che attraversa il mercato parlando al telefonino, oggetto della contemporaneità. Quello che la colpisce di più, però, è come la donna

attraversi in maniera indifferente lo stuolo di rifiuti sul pavimento. E questi sono gli elementi che emergono in particolare nella loro performatività, rimandando ad alcuni aspetti contraddittori dell'Europa contemporanea:

in the background there is this old city and then this kind of market tradition that has been there somehow before, and then now there are the banana boxes and the kind of trash we make today in our cities and it's kind of mixing old and the new and the kind of yeah, it is very kind of, I think it is a very contradictory picture.

Anche Kirstin sostiene che il vero motivo per cui ha scelto questa fotografia dal suo archivio fotografico di turista non sono solo gli elementi di sociabilità o di *texture* urbane, ma aggiunge anche che la fotografia rimanda a un'idea di abbondanza – la condizione in cui molti europei vivono – e dunque anche a una nozione di ingiustizia. Quest'ultima riflessione non solo rivela la riflessività della fotografia turistica, ma anche la quantità di pratiche per cercare, esporre, costruire e mettere in scena soggetti. La selettività di quanto ne emerge continua a chiamare in causa la questione dell'autorità di chi fotografa o di cosa sia desiderabile fotografare o non fotografare, delimitando la dimensione etica della fotografia turistica (Scarles 2009). Questa dimensione contribuisce a svelare alcune contraddizioni dell'Europa contemporanea e forse a far emergere alcuni aspetti altrimenti celati nel processo di costruzione dell'uropeità stimolato attraverso il turismo da parte delle politiche dell'Unione Europea.

5. CONCLUSIONI

In questo articolo si è affrontato il quesito di come si attivi un processo di costruzione di immaginari europei a partire dalle relazioni sociali e materiali intessute durante i viaggi turistici focalizzando l'attenzione sulla produzione fotografica di un gruppo di studente internazionale – che qui abbiamo inteso come novello grand-turista. L'obiettivo è stato quello di riflettere sull'utilizzo degli strumenti e dei metodi visuali che negli ultimi decenni hanno iniziato a consolidarsi anche nella geografia italiana (Rossetto 2010; Bignante 2011; Aru e Puttilli 2016). Qui abbiamo voluto esporre alcuni avanzamenti emersi nell'ambito della ricerca sul turismo, dove la relazione con la dimensione visuale è centrale. Facendo leva su tre fotografie scattate a Roma – una classica destinazione

del Grand Tour – alcuni immaginari associati al continente europeo sono stati fatti emergere mescolando i diversi momenti concettuali con cui è possibile guardare alla fotografia turistica: come artefatto politico; come performance riflessiva; come immaginario spaziale; come visualità incorporata; e come suggerimento etico (Scarles 2009). Ne emerge che gli immaginari del Grand Tour connotano ancora adesso la fotografia turistica e rispondono a un’idea di Europa in linea con il pensiero umanistico più tradizionale (Morin 1990). La compresenza di elementi del passato e del presente sembra richiamare ‘temporalmente’ il monito dell’“unità nella diversità”, oggi richiamato anche dall’Unione Europea a sostegno della costruzione di una certa europeità. La ricerca ha però rilevato che la forza di questa rappresentazione si estende al di fuori di ciò che l’occhio coglie. Può infatti essere espressa nella dimensione affettiva e incorporata della fotografia prima, durante e dopo il viaggio. Come ha sottolineato Kaya Barry (2021) la fotografia turistica contemporanea include numerosi elementi ordinari che possono essere particolarmente indicativi di aspetti altrimenti non detti del turismo e dei luoghi. Nel nostro caso sono proprio questi aspetti ad aver destato più discussione in quanto indici di un immaginario europeo che a partire dal turismo non cela gli aspetti problematici della traiettoria di sviluppo globale capitalista nella quale la politica della stessa Unione si colloca. In questo senso, la metodologia proposta consente non solo di analizzare i processi di europeizzazione intendendoli come dinamici, aperti, reticolari e focalizzati sugli attori del processo (Moisio *et al.* 2013), ma anche di sottolineare la fertilità del turismo come spazio di pratiche e campo di indagine per la ricerca geografica sociale, culturale e politica.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Aru, S. e M. Puttili. 2016. “Fotografando Sant’Elia. Sperimentazioni visuali della marginalità urbana”. *Rivista Geografica Italiana* 123 (3): 383-400.
- Bærenholdt, J.O., M. Haldrup, J. Larsen and J. Urry. 2003. *Performing Tourist Places*. Aldershot (Hants, UK) - Burlington (VT, USA): Ashgate.
- Bagnoli, L. 2018. *Manuale di geografia del turismo: dal Grand Tour al piano strategico*. Torino: UTET Libreria.
- Barry, K. 2021. “Unsettling the Aesthetics of Air Travel through Participatory Tourist Photography”. *Tourist Studies* 21 (3): 404-423.
doi: 10.1177/14687976211019906.

- Bencardino, F. e M. Prezioso, a cura di. 2007. *Geografia del turismo*. Milano: McGraw-Hill.
- Bignante, E. 2011. *Geografia e ricerca visuale: strumenti e metodi*. Roma: Laterza.
- Brilli, A. 1995. *Quando viaggiare era un'arte: il romanzo del Grand Tour*. Bologna: il Mulino.
- Brilli, A. 2003. *Un paese di romantici briganti: gli italiani nell'immaginario del Grand Tour*. Bologna: il Mulino.
- Chou, M.H. and Å. Gornitzka, eds. 2014. *Building the Knowledge Economy in Europe: New Constellations in European Research and Higher Education Governance*. Cheltenham (UK) - Northampton (MA): Edward Elgar.
- Coleman, S. and M. Crang, eds. 2002. *Tourism: Between Place and Performance*. New York: Bergahn Books.
- Coles, B. and P. Crang. 2011. "Placing Alternative Consumption: Commodity Fetishism in Borough Fine Foods Market, London". In *Ethical Consumption: A Critical Introduction*, edited by Tania Lewis and Emily Potter, 87-102. London - New York: Routledge.
- Cosgrove, D.E. 1984. *Social Formation and Symbolic Landscape*. Madison (WI): University of Wisconsin Press.
- Cosgrove, D.E. 2008. *Geography and Vision: Seeing, Imagining and Representing the World*. London - New York: I.B. Tauris.
- Dell'Agnese, E. 2018. *Bon voyage: per una geografia critica del turismo*. Torino: UTET libreria.
- Dell'Agnese, E. e E. Squarcina, a cura di. 2005. *Europa. Vecchi confini e nuove frontiere*. Torino: UTET libreria.
- Edensor, T. 2001. "Performing Tourism, Staging Tourism: (Re)producing Tourist Space and Practice". *Tourist Studies* 1 (1): 59-81. doi: 10.1177/146879760100100104.
- Edensor, T. 2018. "The More-than-Visual Experiences of Tourism". *Tourism Geographies* 20 (5): 913-915. doi: 10.1080/14616688.2018.1477172.
- Elliott, A. and J. Urry. 2010. *Mobile Lives*. London - New York: Routledge.
- European Commission. 1995. *Il ruolo dell'Unione in materia di turismo*. Libro verde della Commissione. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/ed46c83e-95fc-4c5c-9dbc-da288647d7c2/language-en>.
- European Commission. 2001. *Un approccio di cooperazione per il futuro del turismo europeo*. Comunicazione della Commissione al Consiglio, al Parlamento europeo, al Comitato economico e sociale e al Comitato delle regioni. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=CELEX:52001DC0665>.
- Formica, M., a cura di. 2009. *Roma e la campagna romana nel Grand Tour*, Atti del Convegno interdisciplinare, Monte Porzio Catone (Roma), 17-18 maggio 2008. Roma: Laterza.

- Franklin, A. and M. Crang. 2001. "The Trouble with Tourism and Travel Theory?". *Tourist Studies* 1 (1): 5-22.
- Gavinelli, D. e G. Zanolin. 2019. *Geografia del turismo contemporaneo. Pratiche, narrazioni e luoghi*. Roma: Carocci.
- Lazzeroni, M. 2020. *Geografie dell'università. Esplorazioni teoriche e pratiche generative*. Milano: Mimesis.
- Lévy, J. 1999. *Europa. Una geografia*. Torino: Edizioni di Comunità.
- Lorimer, H. 2005. "Cultural Geography: The Busyness of Being 'More-than-Representational'". *Progress in Human Geography* 29 (1): 83-94. doi: 10.1191/0309132505ph531pr.
- Masetti, C. 1993. "La lettura del paesaggio laziale attraverso il resoconto di un viaggiatore inglese: Edward Lear (XIX sec.)". *Semestrale di Studi e Ricerche di Geografia* 2: 149-161.
- Minca, C. 2007. "The Tourist Landscape Paradox". *Social & Cultural Geography* 8 (3): 433-453. doi: 10.1080/14649360701488906.
- Moisio, S., V. Bachmann, L. Bialasiewicz, E. Dell'Agnese, J. Dittmer and V. Mamadouh. 2013. "Mapping the Political Geographies of Europeanization: National Discourses, External Perceptions and the Question of Popular Culture". *Progress in Human Geography* 37 (6): 737-761. doi: 10.1177/0309132512472093.
- Morin, E. 1990. *Penser l'Europe*. Paris: Gallimard.
- Pakan, S.P. 2019. "Can the 'Other' Frame Back in Tourism Studies? Experimenting to Respond in an Asymmetrical Dialogue". *Via Tourism Review* 16 (December). doi: 10.4000/viatourism.4129.
- Pinelli, A. 2010. *Souvenir. L'industria dell'antico e il Grand Tour a Roma*. Roma: Laterza.
- Rossetto, T. 2010. "Berlino e il confine relitto: tracce di una voluptas cartografica fra letteratura e turismo". *Bollettino dell'Associazione Italiana di Cartografia* 139-140 (24): 182-197.
- Russo, A. and G. Richards, eds. 2016. *Reinventing the Local in Tourism: Producing, Consuming and Negotiating Place*. Buffalo (NY): Channel View Publications.
- Sassatelli, M. 2009. *Becoming Europeans: Cultural Identity and Cultural Policies*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Scarles, C. 2009. "Becoming Tourist: Renegotiating the Visual in the Tourist Experience". *Environment and Planning D: Society and Space* 27 (3): 465-488. doi: 10.1068/d1707.
- Smith, L. 2006. *Uses of Heritage*. London - New York: Routledge.
- Urry, J. 1990. *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. London - Thousand Oaks (CA): Sage.

- Van Mol, C. 2013. "Intra-European Student Mobility and European Identity: A Successful Marriage?". *Population, Space and Place* 19 (2): 209-222. doi: 10.1002/psp.1752.
- Verstraete, G. 2002. "Heading for Europe: Tourism and the Global Itinerary of an Idea". In *Mobilizing Place, Placing Mobility: The Politics of Representation in a Globalized World*, edited by Ginette Verstraete and Tim Cresswell, 33-52. Amsterdam: Rodopi.
- Verstraete, G. 2010. *Tracking Europe: Mobility, Diaspora, and the Politics of Location*. Durham: Duke University Press.
- Waters, J.L. 2017. "Education Unbound? Enlivening Debates with a Mobilities Perspective on Learning". *Progress in Human Geography* 41 (3): 279-298. doi: 10.1177/0309132516637908.