

**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA**

**Dipartimento di Beni Culturali**

Corso di laurea triennale in **Progettazione e Gestione del Turismo  
Culturale**

***Quando l'abbandono incontra il turismo:  
la pratica dell'Urban Exploration***

*Relatore:*  
Prof. Claudio Riva

*Laureanda:*  
Giulia Giacomoni  
*Matricola 2017557*

A.A. 2022/2023



*We've made it this far, kid...*  
*Migraine – Twenty One Pilots*



## Indice

<b>Introduzione</b> .....	<b>8</b>
<b>Capitolo primo: Modernità in pillole</b> .....	<b>11</b>
1.1 La modernità come fenomeno sociale .....	11
1.2 Postmodernismo: contesto storico .....	12
1.2.1 Analisi sociologica del postmodernismo .....	13
1.3 Dal postmodernismo all'ipermodernità .....	18
1.3.1 Le conseguenze della postmodernità .....	22
1.4 Postmodernità e sistema economico .....	23
1.5 Gli effetti della postmodernità sull'individuo.....	26
1.6 Estetica della quotidianità nell'immagine postmoderna.....	33
1.7 Individuo postmoderno e fruizione della cultura.....	36
<b>Capitolo secondo: Turismo Oscuro come tendenza alternativa</b> .....	<b>43</b>
2.1 La morte come incipit del Turismo Oscuro.....	43
2.2 Le analisi teoriche del Dark Tourism.....	46
2.2.1 Le sfaccettature.....	48
2.3 Le motivazioni.....	50
2.4 Il prodotto dark nell'era postmoderna .....	53
2.5 L'etica del Turismo Dark.....	55
2.5.1 Il disimpegno morale .....	58
<b>Capitolo terzo: l'Urbex in Italia</b> .....	<b>63</b>
3.1 Urban Exploration nel contesto odierno.....	63
3.2 Metodologia .....	65
3.2.1 Le interviste.....	67
3.2.2 L'esplorazione.....	69
3.3 Definizione e Organizzazione dell'attività di Urban Exploration ..	69
3.3.1 La scoperta dell'Urbex.....	70
3.3.2 In gruppo o in solitaria? .....	71
3.3.3 La progettazione.....	72
3.3.4 La scelta delle mete nella pre-esplorazione.....	73

3.4 Svolgimento dell'esplorazione – l'accessibilità .....	75
3.4.1 Le emozioni.....	76
3.4.2 Gli aspetti legali .....	78
3.5 La post-esplorazione .....	80
3.5.1 Gli aspetti etici .....	83
3.5.2 La popolarità nei social media .....	84
3.6 La mia esperienza.....	87
3.7 Considerazioni .....	92
<b>Conclusioni.....</b>	<b>93</b>
<b>Bibliografia .....</b>	<b>97</b>
<b>Ringraziamenti .....</b>	<b>113</b>



# INTRODUZIONE

Tramite questa tesi si vuole indagare più approfonditamente circa il tema dell'Urban Exploration come nicchia di turismo nel contesto odierno.

In primis, l'idea di questa analisi sorge nel corso dei tre anni universitari da motivazioni e interessi di carattere personale che ben si intrecciano con il percorso di studi che ho svolto. L'obiettivo della ricerca è quello di inquadrare la società postmoderna in cui è incastonata l'attività dell'esplorazione urbana, per poi scendere nel particolare di quest'ultima.

Si è scelto di suddividere l'elaborato in tre capitoli che seguiranno un filo logico che parte da un tema generale che accomuna tutti gli ambiti economici, culturali e sociali odierni, proseguendo verso un'analisi più dettagliata nel mio campo di studi, quello turistico, nel quale verrà preso in considerazione un segmento di mercato davvero particolare e dal quale, successivamente, si trarrà spunto per una ricerca ancora più specifica nell'ambito di una piccola nicchia facente parte del campo economico scelto.

Spiegando i capitoli in modo più dettagliato, si inizierà introducendo il tema del postmodernismo mediante un'analisi sociologica delle circostanze attuali, focalizzandosi principalmente sull'estetica, il consumo e la fruibilità della cultura nell'ambito sociale. La drammatica rottura con la modernità dalla quale emergono le tendenze della cosiddetta "società postindustriale", società dei computer, dell'informazione, della conoscenza scientifica, della tecnologia avanzata e del rapido cambiamento verranno analizzate in modo dettagliato; dall'inizio degli anni Settanta, la concezione moderna di un implacabile progresso è stata sormontata dall'avvento dello scetticismo, dell'ironia, del paradosso, della sovversione; una radicale alterazione di pensiero che coinvolge tutte le sfere della società, dettata dalle grandi trasformazioni del XX secolo. Rifacendosi a un paragrafo del capitolo: "se il concetto del modernismo si basa



su postulati di razionalità e progresso, allora il postmodernismo mostra la decadenza di grandi ideali, la cui esistenza non esiste nemmeno”.

Si proseguirà con un secondo capitolo che verterà sullo studio di un'inusuale branca del settore turistico ovvero il Turismo Oscuro o “Dark Tourism” il quale è intimamente associato alla condizione postmoderna contemporanea in quanto la sua pratica è presumibilmente legata alla "compressione spazio-temporale" provocata dalle tecnologie di comunicazione contemporanee, alla "de-differenziazione" associata ai confini sempre più labili tra istruzione e intrattenimento; questo particolare campo del turismo riguarda qualsiasi forma di turismo che sia in qualche modo legato alla morte, alla sofferenza, all'atrocità, alla tragedia o al crimine, costituendo un punto di “attracco” per tutti coloro che sono interessati a riscoprire luoghi con vissuti profondi e grotteschi e che, tramite essi, possono riscoprire anche sé stessi e a livello filosofico e morale, l'importanza della propria vita e del proprio essere.

Il terzo ed ultimo capitolo ricercherà tramite interviste semi-strutturate una piccola realtà facente parte del campo del Dark Tourism, ovvero l'Urban Exploration, ambito nel quale mi sono imbattuta per la prima volta in giovane età guardando principalmente video su YouTube e post in vari Social Media. L'Esplorazione urbana tratta specialmente dell'attrazione per gli edifici in decadenza e le ragioni per esplorare tali luoghi. Utilizzando i siti web di esplorazione urbana ho trovato capannoni ferroviari, case abbandonate e infrastrutture di trasporto in disuso, strutture che non erano meno importanti o interessanti di quegli stessi tipi di luoghi che vengono presentati come attrazioni turistiche. Nella loro forma di abbandono e decadenza sono aperti all'interrogazione, invitando lo spettatore a esplorare la storia del sito, in contrapposizione alla narrazione formale offerta di un sito quando diventa un'attrazione del patrimonio culturale.

La nostalgia che ho provato in risposta a queste immagini mi ha ispirato a pensare di più all'applicazione accademica dell'esplorazione urbana. Così questi siti sono diventati una lente attraverso la quale ho potuto esplorare una serie di

fenomeni turistici e affini, diventando anche una mediatrice per la mia ricerca; di conseguenza, ho analizzato sia l'attività dell'Esplorazione Urbana che il ruolo dell'Esplorazione Urbana come mezzo per comprendere, attraverso le immagini, le risposte nostalgiche di altre persone e i loro ricordi.

In conclusione, attraverso questo elaborato si auspica una maggiore comprensione degli esploratori urbani o “Urbexer” e delle loro attività ma più nello specifico poter collegare quest’ultime al contesto più ampio del Turismo Oscuro e più in generale alla società postmoderna in cui viviamo.

# CAPITOLO PRIMO

## La modernità in pillole

*La modernità è al transitorio, il fuggitivo, il contingente, la metà dell'arte, di cui l'altra metà è l'eterno e l'immutabile [...] perché ogni modernità acquisti il diritto di diventare antichità, occorre che ne sia stata tratta fuori la bellezza misteriosa che vi immette, inconsapevole, la vita umana.*

*Charles Baudelaire - Le Peintre de la vie moderne*

### 1.1 La modernità come fenomeno sociale

Il termine "modernità", introdotto per la prima volta da Charles Baudelaire nel 1863, può essere contrapposto all'antichità e alla tradizione ed è cronologicamente e storicamente intrecciato con la diffusione della Seconda Rivoluzione Industriale. Gli sviluppi avvenuti nell'Europa occidentale nella seconda metà dell'Ottocento non solo incisero sugli aspetti economici e industriali dei paesi interessati, ma determinarono mutamenti fondamentali nell'intero sistema sociale: segnarono la nascita e la diffusione di innovazioni che rivoluzioneranno la società, il fenomeno che dà vita alla cosiddetta "società di massa"; la crescita della popolazione, l'urbanizzazione su larga scala, la produzione di massa e la democratizzazione dei mercati di consumo sono i fattori che incidono maggiormente sul cambiamento sociale. Di conseguenza, si diffuse il grande ideale di sviluppo inarrestabile, di totale fede nella scienza e nella ragione.

Paradossalmente, però, la stessa convinzione nel progresso ha portato ad una crescente crisi dell'individuo, ormai omologato in un modello sociale sempre più alienante e impersonale, soggetto alle forze imponenti delle strutture organizzative. Il mutamento sociale ha prodotto analisi accurate nelle scienze sociali, la sociologia stessa è un campo di ricerca nato per esaminare fattori,

attitudini e comportamenti della società nel variare del tempo (Dann, Cohen, 1991).

Ciò che ne consegue è la presa in esame dell'età postmoderna, che, come si deduce dal termine stesso, viene cronologicamente inserita dopo la modernità, "come una rottura con il moderno", percezione ed abbandono della stabilità che rappresentava la società moderna; questo suggerisce che la modernità, definita con il Rinascimento sia correlata all'antichità e il moderno.

## 1.2 Postmodernismo: contesto storico

Dall'inizio degli anni Settanta, la concezione moderna di un implacabile progresso è stata sormontata dall'avvento dello scetticismo, dell'ironia, del paradosso, della sovversione; una radicale alterazione di pensiero che coinvolge tutte le sfere della società, dettata dalle grandi trasformazioni del XX secolo.

Questo nuovo capitolo della storia umana è noto come "Postmoderno", termine usato per la prima volta dal filosofo Jean-François Lyotard per indicare

*«Un mood, o meglio una nuova visione sulla realtà»*

*(Lyotard, 1986 pp. 209).*

Infatti, se il concetto del modernismo si basa su postulati di razionalità e progresso, allora il postmodernismo mostra la decadenza di grandi ideali, la cui esistenza non sussiste nemmeno.

Il critico letterario Fredric Jameson, rispetto alla riflessione di Lyotard, localizza in un periodo storico più definito la corrente del Postmodernismo; tuttavia, non ritiene questo un fenomeno tale da poter essere considerato un cambiamento epocale, bensì il pensiero dominante del tardo capitalismo, quest'ultimo originatosi nel post Seconda guerra mondiale (Jameson, 1984). Dunque, per analizzare al meglio la società postmoderna, c'è la necessità di

focalizzarsi sulle nuove pratiche culturali e sui cambiamenti di potere, avvenuti negli ambienti di produzione, classificazione, circolazione e consumo dei prodotti culturali:

*«Il postmodernismo è basato sul ruolo centrale della riproduzione in una rete globale decentralizzata (...) una prodigiosa espansione della cultura attraverso la collettività a tal punto che tutto nella nostra vita sociale si può dire essere diventata culturale» (Jameson, 1984 pp. 85).*

### 1.2.1. Analisi sociologica del postmodernismo

Il termine modernizzazione viene spesso utilizzato in sociologia dello sviluppo in riferimento agli effetti della crescita economica nel contesto delle strutture e dei valori sociali tradizionali; si riferisce altresì agli stadi dello sviluppo sociale basati sull'industrializzazione, la crescita in ambito scientifico e tecnologico, il mercato globale capitalista, l'urbanizzazione e la secolarizzazione.

Riprendendo quanto analizzato da Jameson si può esaminare la collettività postmoderna tramite due modelli: la frammentazione del tempo in una serie di presenti perpetui e la trasformazione della realtà in immagini; un esempio che racchiude entrambi gli aspetti sono i media, tendenza ripresa molto spesso all'interno della sensibilità postmoderna.

A questa analisi si può associare ciò che enfatizza Baudrillard nella sua descrizione del termine "postmoderno", visto come una semiurgia radicale che produce simulazioni e simulacri, creando nuove forme di società, culture, esperienze e soggettività. Egli, difatti, rivela che una simulazione di un mondo postmodernista è basata sul fatto che lo sviluppo della catena di montaggio su larga scala (che non incapsula beni di prima necessità) unito allo sviluppo della tecnologia porterebbero ad un trionfo della "signifying culture" che, trionfando

sul determinismo dilagante “pre-postmodernismo”, saturerebbe le relazioni sociali con etichette, classi e “fazioni” mai statiche, quasi fossero uno spettro; questo perpetuo cambiamento porterebbe inevitabilmente alla “dissoluzione del sociale” (Baudrillard, 1983).

Dalla teoria di Baudrillard si evince un certo interesse rispetto alla fine dell’era della modernità, dominata dalla produzione e dal capitalismo industriale e l’avvento dell’epoca di modernità postmoderna costituita da simulazioni, iperraltà, implosione e nuove forme di tecnologia, cultura e società (Kellner, 1987; 1988).

Dove la modernità era caratterizzata dall’esplosione della mercificazione, meccanizzazione, tecnologia, scambio e mercato, la società postmoderna risulta essere un’implosione dei limiti precedentemente creati: cultura alta e bassa, apparenza e realtà e ogni opposizione binaria definita dalla filosofia tradizionale e dalla teoria sociale. Dunque, per Baudrillard, ciò appena descritto rappresenta la fine dell’epoca dei positivismi, dei grandi riferimenti e delle finalità della precedente teoria sociale: realtà, significati, storia, potere, rivoluzione ed infine la società stessa. (Baudrillard, 1983).

Per lo studioso nella società postmoderna le simulazioni dominano l’ordine sociale come un’iperrealtà dove il

*«Reale diventa ciò di cui è possibile dare una riproduzione equivalente. Il reale non è solo ciò che può essere riprodotto, ma ciò che è sempre già riprodotto, l'iperreale» (Baudrillard, 1983 pp.146).*

Nel suo saggio "Simulacri e impostura" Baudrillard esplica come, attraverso i simulacri, ovvero rappresentazioni o copie di oggetti o eventi, dominino ormai la vita sociale sia storicamente che attraverso i fenomeni; egli afferma che i simulacri apparvero per la prima volta quando il Rinascimento ruppe con la gerarchia feudale e le posizioni e status sociali ad essa collegati, introducendo un mondo artificiale e democratizzato di segni e valori. Il secondo ordine

apparve durante la rivoluzione industriale quando venne introdotta la produzione in serie, generando continua fabbricazione; la stessa è meccanizzata e crea repliche che possono essere riprodotte all'infinito. Nel terzo ordine dei simulacri, il modello delle simulazioni costituisce il mondo,

*«La collettività si sposta da essere una società produttivista e capitalista ad un cibernetico neocapitalismo che mira al controllo totale»*

*(Baudrillard, 1983, pp. 111).*

Lo definisce "delitto perfetto", l'annientamento del mondo reale, l'uccisione della realtà che si è spogliata di verità, si è fusa.

Per Baudrillard, i simulacri sono intervenuti proprio per porre fine a questa massiccia illusione, sono i sostituti del mondo reale e naturale. La riproduzione sociale sostituisce la forza produttiva sociale; le stesse mansioni lavorative non sono più classificate per la produzione effettuata, ma per il tipo di società che rappresentano; seguendo la stessa linea di pensiero il salario non è più basato solo sull'utilità dei risultati prodotti e sul numero di ore impiegate per raggiungere quel risultato, ma è strettamente correlato al prestigio sociale della categoria lavorativa presa in considerazione.

Modelli e codici, perciò, diventano le basi della struttura della vita quotidiana, e la modulazione dei codici costituisce un sistema di differenze e relazioni della società delle simulazioni; i codici inviano segnali e testano continuamente gli individui, inserendoli nell'ordine simulato. Le risposte sono strutturate in un sistema binario di affermazioni o negazioni, due poli dominanti che cancellano le differenze per mantenere un sistema identico, uguale, che si autoregola; di conseguenza le teorie tradizionali della politica, del sociale, del conflitto di classe e del cambiamento sociale appaiono obsolete se pongono gli individui, le classi sociali o le masse come capaci di compiere un'azione sociale; invece, nell'era dell'iperconformità le masse si interessano unicamente di essere spettatori:

*«I messaggi vengono mandati a loro, il loro interesse risulta essere solo un segno, idolatrano il gioco dei segni e degli stereotipi e tutto ciò che si conclude in una sequenza teatrale» (Baudrillard 1983, pp. 10).*

Lyotard cerca di esplicitare una teoria sociale postmoderna nella sua opera *“La condizione postmoderna”*; per lui il postmoderno riguarda lo sviluppo di un’epistemologia che risponda alle nuove condizioni della conoscenza, ed il punto centrale del libro riguarda la differenza tra le grandi narrazioni della filosofia e della teoria sociale tradizionali e quella che egli chiama *“scienza postmoderna,”* che difende come una forma di conoscenza preferibile alle forme filosofiche e scientifiche tradizionali e contemporanee; da questa prospettiva il postmoderno è definito come l’incredulità nei confronti delle metanarrazioni, il rifiuto della filosofia metafisica, delle filosofie della storia e di qualsiasi forma di pensiero totalizzante, sia esso hegelianesimo, liberalismo, marxismo o altro. La conoscenza postmoderna, al contrario,

*«affina la nostra sensibilità alle differenze e rafforza la nostra capacità di tollerare l'incommensurabile» (Lyotard 1984, pp. XXV).*

Come Baudrillard, Lyotard associa il postmoderno con le tendenze della cosiddetta *“società postindustriale”*, società dei computer, dell’informazione, della conoscenza scientifica, della tecnologia avanzata e del rapido cambiamento. Per Lyotard, come per altri teorici della società postindustriale (Bell, 1976), la tecnologia e la conoscenza diventano i principi cardine dell’organizzazione sociale. Lyotard rifiuta così le teorie sociali totalizzanti che descrive come narrazioni padronali in qualche modo riduzioniste, semplicistiche e persino terroristiche; eppure, lo stesso Lyotard offre una teoria della condizione postmoderna che presuppone una drammatica rottura con la modernità.



Zygmunt Bauman definisce il periodo storico corrente come un tempo che si trasforma in una massa informe che tende a un cambiamento costante e inarrestabile. Secondo il teorico l'epoca in cui viviamo non è moderna, né postmoderna; questo periodo può essere ben identificato come modernità liquida: un concetto in grado di mettere a fuoco le trasformazioni che interessano la vita dell'uomo e che riguardano la politica generale della vita. Inoltre, la modernità liquida di Bauman è un termine che può superare il concetto di postmodernità, perché fondamentalmente è proteso verso il mondo contemporaneo: la realtà in cui la vita considera altamente ciò che è transitorio piuttosto che permanente, l'immediato piuttosto che il lungo termine; considera l'utilità come l'utilità come precedente a qualsiasi altro valore. Di conseguenza, è fondamentale comprendere preventivamente e profondamente il concetto di liquidità attorno al quale Bauman intreccia la sua più recente riflessione filosofica e sociologica. Solidità e liquidità sono i tratti distintivi di due epoche: la modernità e la postmodernità, che diventa modernità liquida in relazione all'esistenza contemporanea (Bauman 2005).

Per Bauman la visione del mondo moderno è quella di una totalità essenzialmente ordinata e, mentre la conoscenza moderna era un ordine di universalità, la visione tipicamente postmoderna del mondo, secondo Bauman, postula un numero illimitato di modelli di ordine, ciascuno generato da un insieme relativamente autonomo di pratiche, percependo quindi la conoscenza come locale e contestuale. Il suo pensiero si basa su quella che potrebbe essere definita la condizione postmoderna della conoscenza, simile a quella di Lyotard, che descrive il ruolo degli intellettuali come interpreti della conoscenza e del valore all'interno di comunità e situazioni locali distinte.

L'esperienza della postmodernità da parte degli intellettuali in questa analisi è, secondo Bauman, un'esperienza di perdita della certezza, dell'universalità e del proprio ruolo privilegiato di legislatori della conoscenza e della pratica; Lo studioso mette in relazione questa mutata situazione degli intellettuali con un cambiamento per cui la legittimazione cognitiva non è più necessaria in una

società che governa con le armi della seduzione e della repressione; in una società dei consumi, la logica del mercato la fa da padrona e quando i cittadini/consumatori sfuggono di mano e non obbediscono alle regole del gioco, la repressione è sufficiente a mantenere l'ordine e il controllo:

*«La caratteristica principale attribuita alla postmodernità è quindi il pluralismo permanente e irriducibile di culture, tradizioni comunitarie, ideologie, "forme di vita" o "giochi linguistici" (...) o la consapevolezza e il riconoscimento di tale pluralismo»*

*(Bauman 1988, pp. 235).*

La mentalità moderna era guidata dalla ricerca della necessità, della certezza, dell'ordine, dell'universalità e della totalità. La svolta postmoderna è stata generata dalla scoperta della contingenza della conoscenza, dell'io moderno e persino della società stessa; nel mondo postmoderno si deve imparare a convivere con l'ambivalenza e l'incertezza.

### 1.3 Dal postmodernismo all'ipermodernità

Due dei concetti chiave sviluppati nell'ultima opera dell'antropologo Marc Augé sono la surmodernità (*surmodernité*) e il non luogo (*non-lieu*). Per Augé, la vita nel mondo occidentale alla fine del XX e all'inizio del XXI secolo è caratterizzata da una modernità intensificata, resa manifesta dall'ingegneria ad alta tecnologia e dallo sviluppo infrastrutturale.

Secondo lo studioso il mondo postmoderno o ipermoderno, è caratterizzato da "tre figure di eccesso": in primo luogo, "l'eccesso di tempo", o "un eccesso di eventi simultanei", in quanto è presente un'accelerazione dei flussi di informazione e gli individui sono "bombardati" da immagini di altri luoghi e tempi; la seconda figura è, in modo apparentemente paradossale, un "eccesso di

spazio", poiché la velocità e la stretta connettività si traducono in un "rimpicciolimento del pianeta"; in terzo luogo, "eccesso di individualismo", poiché le forze dell'ipermodernità aprono "ogni individuo alla presenza degli altri" e contemporaneamente «ripiegano l'individuo su se stesso, lo chiudono, costituendolo come un testimone piuttosto che un attore della vita contemporanea» (Augé 1998, pp. 103-105).

Questi eccessi sono mediati, spazializzati e vissuti in quelli che Augé definisce appunto "non luoghi":

*«Gli spazi della circolazione, della comunicazione e del consumo, dove le solitudini coesistono senza creare alcun legame sociale e neppure un'emozione sociale» (Augé 1996, p. 178).*

Mentre il "luogo antropologico" è visto come familiare, localizzato, storico, organico e significativo per i suoi occupanti, uno spazio in cui si possono creare identità, relazioni e una storia, i nonluoghi sono caratterizzati da un certo distacco tra l'individuo e lo spazio che attraversa, in quanto sono resi passivi e diventano "solo uno sguardo". Segni, schermi e testi mediano le relazioni che i singoli utenti dei nonluoghi intrattengono con sé stessi, con altre persone, con altri spazi e con altri tempi, creando attivamente un senso di "contrattualità solitaria". Queste interfacce e questi testi "fabbricano l'uomo medio", che viene costruito come il tipico "utente" di questi non-luoghi.

Mentre l'archetipo del "luogo antropologico" potrebbe essere un villaggio o una città storica che sembra avere un forte senso di comunità locale e di continuità, e una geografia e una storia facilmente "leggibili", i nonluoghi sono spazi ubiqui di abitazione temporanea come aeroporti, autostrade, alberghi, centri commerciali, parchi a tema, cyberspazio e spazi turistici. Questi sono i "nonluoghi empirici che, secondo Augé, vengono continuamente estesi e ampliati come del processo di decentramento della supermodernità, ma afferma anche che il nonluogo "non esiste mai in purezza":

*«Places reconstitute themselves in it; relations are restored and resumed in it; [...] Place and non-place are rather like opposed polarities: the first is never completely erased, the second never totally completed; they are like palimpsests on which the scrambled game of identity and relations is ceaselessly rewritten» (Augé 1995, pp. 78-79).*

Le argomentazioni di Augé sulla proliferazione dei non-luoghi nell'Occidente contemporaneo hanno avuto un impatto significativo in tutte le scienze umane e sociali, emergendo in discipline come la geografia, gli studi culturali, il design urbano, la sociologia, gli studi sulla performance, la teoria architettonica, la filosofia contemporanea e gli studi letterari. Le descrizioni di Augé della supermodernità possono apparire in qualche modo familiari anche a coloro che chi ha seguito le argomentazioni di Manuel Castells, Anthony Giddens, David Harvey e Fredric Jameson sui processi di contrazione, smembramento, accelerazione e globalizzazione in un'epoca di postmodernità, capitalismo avanzato o tardivo, o tarda/alta modernità.

Tuttavia, Augé non è direttamente critico nei confronti dei "non luoghi" o della "supermodernità" come molti altri studiosi. Riconosce che l'ubiquità e la "contrattualità solitaria" dei nonluoghi è confortante per molti utenti e fornisce una descrizione efficace e potente delle sensazioni di indifferenza e distrazione che alcuni, o forse molti, viaggiatori e consumatori sembrano provare in questi spazi (Augé, 1996a).

Le due ragioni possono sembrare contraddittorie, ma insieme costituiscono il paradosso del fascino della supermodernità. In primo luogo, la surmodernità è un rifiuto della nozione di postmodernità, definita a lungo da Jean-François Lyotard come la rottura della grande narrazione del progresso illuminista e dei valori che lo accompagnano, ma successivamente identificata in Francia soprattutto con la cultura e la teoria contemporanea degli Stati Uniti.

Da parte sua, Augé sostiene che l'apparente frammentazione della cultura contemporanea che alcuni considerano come sintomatica della postmodernità è in realtà un'illusione che nasconde l'unità più profonda di una cultura supermoderna che estende piuttosto che abbandonare il progetto della modernità. In definitiva, come questo suggerisce, il rifiuto di Augé del paradigma postmoderno è radicato nella sua comprensione della modernità che deriva da una versione specificamente francese della modernità e del modernismo molto diversa da quella dell'altra sponda dell'Atlantico.

Per molti aspetti, il postmodernismo nordamericano ha rappresentato un rifiuto della versione del modernismo promulgata dal critico d'arte Clement Greenberg, per il quale l'arte moderna era essenzialmente impegnata in un processo di autopurificazione, riducendosi inesorabilmente ai suoi parametri più elementari (la piattezza della tela, i bordi della cornice); questa versione del modernismo era riduttiva, esclusiva, omogeneizzante e trionfalistica e investita da una nozione teleologica o progressiva di storia culturale. Nonostante questa visione del modernismo abbia avuto origine in Francia, è stata ampiamente superata da un altro paradigma di modernità derivato dall'opera di Baudelaire. La versione baudelaireana sottolinea il carattere contraddittorio e relazionale del moderno, che viene sempre definito in contrasto con ciò che lo ha preceduto. Come sottolinea Augé, citando Jean Starobinski

*«La modernità baudelaireana è una modernità della giustapposizione, dell'ineguaglianza e dell'ironia, in cui l'ultima infrastruttura può trovarsi accanto a un monumento storico» (Starobinski 1990, pp. 26-27).*

Per quanto si sforzi di farlo, la supermodernità non riesce a eliminare tutte le tracce del premoderno e anzi intensifica i contrasti già individuati da Baudelaire a metà Ottocento.

### 1.3.1 Le conseguenze della modernità

Secondo Giddens, la tradizione sociologica ha spesso frainteso il concetto di positivismo. Questa visione impoverita del soggetto è rafforzata dalla struttura sociale e dalla storia. Pertanto, questa tradizione non è in grado di rendere conto delle caratteristiche intrinseche della vita sociale. Data questa critica alla teoria sociologica, Giddens si avvicina a molti temi postmoderni. Si rende conto che le critiche post strutturaliste richiedono una riformulazione dell'agency nella teoria sociale (anche se non del soggetto). Giddens vede anche che la comprensione dipende dal contesto, perché le forme di vita sociale possono non essere facilmente traducibili l'una nell'altra. La questione dell'ordine dovrebbe essere ripensata in termini di "distanza spazio-temporale", perché questa dimensione modella la natura stessa della vita sociale moderna.

Il teorico accetta anche le affermazioni postmoderne secondo cui i fondamenti della conoscenza non sono in grado di funzionare, che non c'è un progresso intrinseco nella storia e che le nuove società sollevano questioni qualitativamente nuove sulla vita sociale (Giddens, 1990 pp. 45-46); egli ritiene che critiche postmoderne alla razionalità modernista siano in gran parte accurate. Sulla scia dell'Illuminismo si è sviluppato un concetto "provvidenziale" di razionalità, ma questa ragione rispecchia solo la Provvidenza divina dell'assolutismo. I fondamenti di questa razionalità provvidenziale sono stati decostruiti in maniera convincente da molti pensatori a partire da Nietzsche (Giddens, 1990).

Nonostante i commenti favorevoli, Giddens ritiene che la teoria postmodernista non possa spiegare efficacemente il mondo sociale; l'ubiquità contemporanea della riflessività rende inutili le distinzioni tra epoche moderne e postmoderne; l'impulso decostruttivo così prevalente negli approcci postmodernisti è la logica estensione della riflessività di una modernità radicalizzata, in cui la riflessività è inseparabile dalla riproduzione delle relazioni sociali. Le pratiche sociali vengono esaminate costantemente e

riformate alla luce di nuove informazioni su di esse (Giddens, 1990). Nella modernità, il ritmo del cambiamento e la separazione e ricombinazione di tempo e spazio nella vita sociale sono legati a questa riflessività.

Dunque, per il teorico, il cambiamento è insito nella modernità: il soggetto flessibile, incorpora nuove esperienze culturali e sociali nella sua identità attraverso il monitoraggio riflessivo e la razionalizzazione dell'azione; le persone «mantengono un continuo 'comprensione teorica' dei motivi della loro attività» (Giddens, 1985 p. 5). La creatività culturale fa quindi parte della condizione umana moderna. Eppure, per impegnarsi in tale "vita creativa", il soggetto moderno ha bisogno di una base emotiva e cognitiva sicura da cui operare (Giddens, 1991).

#### 1.4 Postmodernità e sistema economico

Nella società contemporanea il processo di individualizzazione ha degli “effetti collaterali” che sgretolano il concetto di identità umana, istigando gli individui a vedere come un obbligo riuscire a trovare il proprio Sé. La modernità:

*«sostituisce l'eteronomica determinazione della condizione sociale con una compulsiva e obbligatoria autodeterminazione (...). Dover diventare ciò che un altro è costituisce l'elemento peculiare della vita moderna».*

*(Bauman 2000, p. 32).*

Con l'avvento della modernità liquida, anche il capitalismo è cambiato, diventando un

*«Capitalismo leggero, volubile, caratterizzato dal disimpegno e dall'allentamento dei legami che legano capitale e lavoro» (Bauman 2002, p. 149).*

Il capitale stesso non si origina nelle fabbriche alla periferia della città, ma subisce nel tempo un'espansione spaziale, tendendo a diventare sempre più “una potenza extraterritoriale” (Scidà, 2007).

La ricerca incessante dell'originalità è abilmente imbrigliata da un sistema economico, dove le dispute sui beni o servizi più all'avanguardia e sontuosi diventano il perno della produzione di massa. Il mercato si adegua al desiderio di ineguagliabilità, proponendo articoli in rapido degrado in una circolazione di prodotti estremamente veloce. Il consumismo spiega l'unicità di un individuo in base alla velocità con cui riesce a ottenere i prodotti e i servizi più innovativi, scartando ciò che è diventato obsoleto.

Questa corsa "all'ultima moda e ai nuovi trend" non è accessibile a tutti. Il costo per perseguirla è alto, ma altrettanto alto è il prezzo morale della sua esclusione. Il processo di individualizzazione crea

*«Disagio e disagiati. Accanto alla linea di produzione che sforna consumatori felici ce n'è un'altra, meno pubblicizzata ma non per questo meno efficiente, che fabbrica persone squalificate ed escluse sia dalla festa dei consumi che dalla corsa all'individualizzazione».*

*(Bauman 2014, p. 12).*

Secondo Beck, sociologo e politologo tedesco, i processi di modernizzazione creano rischi e minacce che mettono in pericolo la modernità; affrontando questi rischi si avverte una crescente insicurezza poiché gli individui e la società moderna a cui appartengono non sono in grado di riconoscere le minacce e gli impatti causati dalla loro stessa esistenza (Beck, 1999).



La società postmoderna di Beck è tipicamente riflessiva e rischiosa; secondo lui, il processo di modernizzazione non è terminato, anzi è in continuo sviluppo e assume delle caratteristiche riflessive, si trasforma in sé stesso, lentamente si sgretola. L'individualizzazione, anche nel contesto più ampio, è una delle caratteristiche principali delle discussioni postmoderne; secondo Beck rappresenta la lenta scomparsa della sicurezza delle società industrializzate, costringendo inevitabilmente la collettività a una nuova ricerca di certezze, gli individui affrontano costantemente un bisogno di comportamento riflessivo, termine che non si riferisce direttamente alla riflessione, bensì all'affrontare se stessi (Beck, 1999). Lo studioso afferma che indovinare se il mondo sarà "distrutto" o meno non è interessante. Invece ciò che è interessante è esaminare il rischio che questo possa accadere. Il moderno riflessivo produrrà evidentemente sconvolgimenti immensi che, a loro volta, possono creare o almeno rafforzare moti nazionalisti o fascisti perché in assenza di risposte e strutture sicure le persone vogliono appoggiarsi a qualcosa di solido e stabile. D'altra parte, questi shock possono anche costituire una base per l'avvento di nuovi obiettivi e nuove strutture; seguendo la discussione di Beck, anche nella società postmoderna o moderna riflessiva le strutture svolgono determinati ruoli: se questo processo di costruzione e decostruzione porti o meno all'autoriflessione è in gran parte una questione empirica. Creare previsioni teorizzando i cambiamenti non è possibile (Beck, 1999).

Come generalmente asseriscono le teorie postmoderne, si dice che le strutture moderne siano crollate. Tuttavia, Giddens afferma che, mentre le tradizioni si disgregano, allo stesso tempo vengono ritrovate: le tradizioni, e in scala più ampia anche le strutture, sono parti di meccanismi e sistemi sociali che gli attori sociali rinnovano (Giddens, 1999). Per Giddens, riflessivo significa autocontrollo o autoriflessione di individui e istituzioni; la vita è nelle mani del singolo individuo a causa della mancanza di quelle strutture moderne che prima creavano sicurezza. Egli scrive di life-policy che nasce nelle società postmoderne per compensare la mancanza di strutture collettive o metanarrative

(Lyotard 2002). Quasi parallelamente a Beck, anche Giddens trova la ragione dell'aumento delle insicurezze nelle società contemporanee dalla crescita del capitale umano e della conoscenza (Giddens, 1999). Egli è ben consapevole del fatto che limitare l'esistenza e la nascita dei processi alla base di questi rischi è difficile; ad esempio, non si può pretendere che le società che sono all'inizio del processo di modernizzazione facciano parte dei processi in cui si tenta di risolvere i problemi, non originariamente creati da loro.

Per Lash, il moderno riflessivo è una teoria del cambiamento in cui le strutture hanno perso il loro potere a favore di fattori sociali. Lo studioso analizza la cultura contemporanea come composta da dedifferenziazione e tendenze figurali; la dedifferenziazione è vista come il processo inverso della differenziazione che era tenuta ad essere integrale nel processo di modernizzazione. Le nozioni del sociologo rispetto al figurale comportano un contrasto “discorso/figurale” che deriva dagli studi di Lyotard, che è utilizzato per suggerire che le forme culturali postmoderne sono figurali nella loro enfasi su: immagini sopra parole, processi primari sopra i processi secondari dell'ego, la preferenza dell'immersione piuttosto che il distanziamento dello spettatore.

### 1.5 Gli effetti della postmodernità sull'individuo

Il costante cambiamento e l'instabilità della modernità generano un senso di ansia. Giddens sostiene che le persone per mantenere le relazioni sociali devono sviluppare fiducia, la quale è legata a un senso di sicurezza ontologica, che è la convinzione nella continuità dell'identità di sé e nell'affidabilità della vita sociale. Sentimenti di sicurezza sono resi concreti attraverso routine sociali, che monitorano le interazioni della vita sociale attraverso il tempo e lo spazio. In questo contesto Giddens esamina i rituali di apertura e di chiusura, prendendo a turno in conversazione, tatto e posizione del corpo. Tali attività sostengono le routine nel tempo e nello spazio, permettendo la creazione e la ricreazione di

regole e risorse. Le innovazioni culturali possono emergere solo da un tale fondamento psicologico sociale (Giddens 1985, pp. 72-73).

Per Habermas, molti problemi sociali derivano dall'estensione di un tipo di ragionamento strumentale unidimensionale nella vita eterna. Questa illegittima egemonia della razionalità amministrativa porta alla colonizzazione del mondo della vita. Le possibilità per la generazione non strumentale di nuove solidarietà attraverso l'azione comunicativa sono minacciate, così come la protezione delle vecchie identità. Habermas sostiene che la colonizzazione del mondo della vita si traduce in una "totalità danneggiata" che è responsabile per i moderni problemi sociali e psicologici e per le forme non democratiche di vita sociale. Ma l'azione comunicativa non può mai spegnersi; la sua pretesa di universalità e punti di comprensione comune verso l'interazione democratica e la costruzione della solidarietà. I nuovi movimenti sociali svolgono un ruolo importante nel ravvivare continuamente l'azione comunicativa perché sono veicoli attraverso i quali nuovi ideali culturali entrano nel discorso pubblico. Un discorso pubblico arricchito a sua volta promuove nuovi dibattiti sulle rivendicazioni di validità, che incoraggiano innovazione sociale e culturale (Habermas 1987)

In *La Guerre des rêves* (1997), Augé lamenta l'eccessiva romanzatura del mondo, uno stato di squilibrio per cui l'immaginazione individuale del sogno e quella collettiva del mito sono state sommerse dalle finzioni verbali e visive dell'industria culturale. La risposta di Augé a questa iperfinzione negativa è in un certo senso omeopatica: la scrittura di ciò che egli chiama "etno-fiction".

Per Augé, l'etno-fiction è l'analisi dello status contemporaneo della narrativa, delle sue condizioni di produzione all'interno di una determinata società e delle sue relazioni con l'immaginazione individuale (sogno) e le rappresentazioni collettive (mito) (Augé, 1997). In questo senso, è più anti-fiction che fiction, anche se può in parte utilizzare mezzi finzionali, diventando, secondo le parole di Augé, una sorta di "fantascienza". Una strategia di questo tipo rischia ovviamente di promuovere proprio ciò che cerca di evitare,

l'iperfinzione della cultura, ma indica anche un approccio più critico nei confronti delle insidie della scrittura rispetto ai testi precedenti.

Secondo Bauman, è un'esistenza in cui il bisogno lascia il posto al desiderio che sgomenta gli uomini nei continui cambiamenti e trasformazioni che investono la loro vita e che trasformano l'identità da fatto in compito: ognuno si imbatte nell'autocostruzione, che sostituisce il progetto stesso. In effetti, nell'epoca contemporanea il rapporto tra individuo e società sta cambiando perché i concetti di identità, individuo e individualità si stanno svuotando di significato; il mondo richiede all'individuo una costante e sempre più controversa ricerca di identità.

Essere individui nella società liquida non significa semplicemente essere buoni consumatori, ma anche merci competitive nel mercato globale. Tale condizione non richiede solo l'acquisto di "articoli di moda", ma anche l'acquisto di un "corpo alla moda" che assista al completo passaggio dall'auto-manipolazione della propria fisicità, alla vera e propria scelta diretta e indipendente del corpo che vogliamo per i nostri figli.

Strutturata su questo schema, la visione futurista di Bauman afferma che "l'essere adatti al globale" non si accontenterà a lungo della chirurgia plastica e del rimodellamento sulla base di topoi continuamente generati dalle politiche del mercato globale; è importante non solo acquistare ciò che ci rende "adatti" alla contemporaneità, ma soprattutto cambiare noi stessi, la parte più vicina alla nostra possibilità di manipolazione e intervento: il corpo. Esso diventa uno spazio libero su cui plasmare il Sé visibile, La gestione autonoma della nostra corporeità, la responsabilità personale, che porta la "responsabilità di essere individui", deriva dal concetto di avere e non di essere: Avere significa possedere (Bauman, 2008). Per questo le condizioni dell'avere ricadono anche sul corpo dell'uomo contemporaneo, che in esso trova una forma di certezza: manipolare e controllare i mezzi fisici agendo su ciò che siete sicuri di possedere. L'incorporazione e il possesso fanno parte dell'avere, che, nella nostra epoca, si realizza attraverso il consumismo:

*«L'atto del consumo è una forma di avere, forse la più importante per l'opulenta società industriale di oggi. Il consumo ha caratteristiche ambivalenti: allevia l'ansia, perché ciò che si ha non può essere ripreso, ma richiede anche che i consumatori consumino sempre di più, poiché il precedente consumo perde presto la sua gratificante peculiarità»  
(Fromm 1976, pp. 40).*

Questa spirale viziosa, che corre tra il possesso e il consumo, è l'effetto più evidente di quella che Bauman chiama modernità liquida, che, a differenza del postmodernismo, ha un rapporto continuo con il processo di modernizzazione, che ha le sue origini nell'epoca moderna ma si prolunga e si intensifica fino a raggiungere la liquidità del nostro tempo, caratterizzata dal consumismo dilagante.

Nella convergenza tra identità e consumo risiede una delle caratteristiche principali della nostra epoca, perché la società contemporanea si relaziona con i suoi membri principalmente come consumatori, e solo secondariamente, e in parte, li coinvolge anche come produttori. Per soddisfare gli standard di normalità e per essere riconosciuti come membri maturi e rispettabili della società, gli individui devono rispondere rapidamente ed efficacemente alle tentazioni del mercato dei beni di consumo, si deve offrire regolarmente un contributo alla domanda adatto ad assorbire l'offerta e, nelle fasi di riflessione o di stagnazione dell'economia. Di conseguenza la regola infranta dai poveri di oggi, che li distingue e li etichetta come anormali, è lo standard di competenza o di idoneità come consumatori, non quello del lavoro. I poveri di oggi sono definiti in primo luogo dal fatto di essere cattivi consumatori: infatti, il più elementare degli obblighi sociali, che non rispettano, è il dovere di essere consumatori attivi di beni e servizi offerti dal mercato (Bauman, 2008).

Ciò significa che se in epoca moderna il consumo assume la funzione di attività secondaria rispetto alla produzione, nel mondo contemporaneo la capacità d'acquisto di una persona determina la sua stessa integrazione sociale,

in una società non più limitata al contesto locale o alla mera dimensione dell'esistenza quotidiana, ma in una macro-società che richiede precisi e specifici requisiti d'ingresso, di cui l'individui è direttamente responsabile; per costruire la propria individualità, la collettività preferisce investire le proprie risorse economiche per l'acquisto di quei mezzi idonei a classificarsi, modernizzarsi e introdursi nella lista di “chi conta”.

I consumi primari, riferiti ai beni di prima necessità, vengono accantonati per acquistare prodotti tecnologici avanzati, abbigliamento e cosmetici, prodotti che mirano ad “aggiornare” il proprio corpo secondo gli standard minimi richiesti per acquisire uno status sociale che non si differenzia, semmai incorpora tutti coloro che appaiono in grado di modernizzarsi, a prescindere dalla capacità produttiva sociale e dal ruolo che ciascuno può svolgere.

Oggi il consumo sembra essere, quindi, un'attività omologante, un modo per misurare quanto una persona, nella società liquida, sia in grado di essere individuale. Su questo concetto Bauman costruisce il suo pensiero sull'individuo e sulla società, che si snoda su due linee principali. La prima si concretizza nell'idea che nel mondo liquido la conquista dell'identità vada di pari passo con l'adesione alle regole di una società dei consumi diretta dalle politiche del mercato globale: essere individui equivale a essere consumatori.

La seconda linea, invece, andando oltre questa considerazione, si espande fino a incorporare l'individuo nei prodotti; la relazione tra l'individuo e il sé, così come quella tra l'individuo e gli altri, acquisisce un nuovo significato, che si basa su una vera e propria metamorfosi antropologica: essere consumatori ed essere consumati diventano, infatti, le determinazioni più generali di un individuo che subisce gli effetti più problematici del processo di de-socializzazione, avviato dalla globalizzazione, giunto ormai a una delle sue fasi più acute ed estreme. L'aggregazione e l'organizzazione sociale vengono private dei loro compiti tradizionali: smettono di essere dimensioni identitarie del soggetto in grado di fornire un insieme di standard e punti di riferimento. L'individuo diventa una monade isolata sempre alla ricerca di nuove forme di

socializzazione, che invece di fornire sicurezza e benessere, aumentano il divario tra l'uomo e il Sé e tra l'uomo e l'altro. È un sistema sociale che, nonostante sia in possesso di mezzi sempre più innovativi per comunicare e interagire con i propri simili, genera disagio e solitudine, soprattutto perché figlio di un individualismo in rete che è un modello sociale, non un insieme di individui isolati, proprio perché il ruolo più importante di internet nella strutturazione delle relazioni sociali è il contributo al nuovo modello di sociabilità basato sull'individualismo. Sempre più persone sono organizzate in reti sociali, comunicando attraverso il computer. Non è quindi Internet a creare un modello di individualismo in rete, ma lo sviluppo di Internet a fornire un adeguato supporto materiale alla diffusione dell'individualismo in rete come forma dominante di socializzazione online (Castells, 2001).

E questa nuova forma nasce come matrice dell'aggiornamento identitario richiesto dal mondo globale per "essere inclusi", in quanto il bisogno di inclusione non è altro che il retaggio dell'abbandono dell'autentico senso di appartenenza; quest'ultima si caratterizza come un sentimento umano naturale che, essendo oggi soppresso, si manifesta in forme surrogate di aggregazione sociale virtuale che sono il tentativo di soddisfare la naturale socievolezza umana. La società dei consumi, infatti, non aggrega, anzi disaggrega trasformando i gruppi in monadi isolate, con legami deboli e frammentati, dove l'individuo è cristallizzato tra la ricerca del Sé e il disordine nel non-Sé. L'idea di società sopravvive in termini di tendenze comuni da seguire, dove i gruppi sono diretti in modo quasi anonimo alla ricerca di quella "felicità", le cui tracce sono disegnate da attori esterni.

Secondo Bauman si tratta di una revisione della "solidarietà meccanica" di Durkheim, le cui caratteristiche la distinguono da quella "organica" (Durkheim, 1974). La singolarità e l'unicità dell'individuo sono sostituite dal flusso delle esigenze di un gruppo, che, nel nostro mondo contemporaneo, sembra assumere l'aspetto di uno sciame; ed è proprio nella distinzione tra sciame e gruppo che Bauman individua i cambiamenti radicali che interessano l'individuo e la società

nella realtà liquido-consumistica, in cui "lo sciame tende a sostituire il gruppo e i suoi leader, la sua gerarchia e il suo "ordine di rango".

L'individuo è considerato come un'unità momentanea dello sciame passeggero e guidato dalla corrente fugace; è una dimensione impregnata dell'illusoria sicurezza di una scelta libera e ottimale, poiché è la scelta di un gran numero di persone risulta essere ciò che aggrega in un mondo liquido. Dunque, economicamente parlando, questi spazi vengono ripensati e ridisegnati secondo determinati canoni in grado di plasmare le comunità in cui l'individuo-consumatore può trovare e realizzare il proprio senso di appartenenza; i centri commerciali sembrano essere gli alveari degli sciami di Bauman, in quanto offrono la comunità idealmente immaginata: un luogo dove si aggrega lo scopo dell'acquisto. Così,

*«I luoghi dello shopping/consumo offrono ciò che nessuna "realtà reale" esterna può dare: un equilibrio quasi perfetto tra libertà e sicurezza. All'interno dei loro templi gli acquirenti/consumatori possono anche trovare ciò che cercavano all'esterno, inutilmente quanto inesaurevolmente: il confortevole senso di appartenenza, la rassicurante impressione di far parte di una comunità» (Bauman 2000, pp. 99-100).*

Bauman ricalca la strategia antropofagica teorizzata da Levi-Strauss, la pratica di eliminazione delle differenze tra gli individui, riprodotta nel supermercato, luogo privilegiato di consumo in cui si esplica il potere aggregante dell'acquisto (Strauss, 1964). I luoghi antropofagici si contrappongono, infatti, a quelli "emici", che consistono nel considerare gli altri "inguaribilmente estranei e alieni", nel proibire il contatto fisico, il dialogo, le relazioni sociali e qualsiasi tipo di commercio. Le varianti estreme di questa strategia sono, oggi come sempre, la reclusione, la deportazione e la soppressione fisica. Due forme modernizzate sono la separazione spaziale, con esempio lampante i ghetti urbani e la cosiddetta "disalienazione" di sostanze estranee che consiste nell'



«inghiottire i corpi e gli spiriti estranei per renderli, attraverso il metabolismo, identici e non più distinguibili dal corpo che li ingerisce» (Bauman 2000, pp.112).

Pertanto, il consumo diventa un modo surrogato di aggregazione sociale, che però sostituisce il senso di appartenenza con il bisogno di inclusione. Questo processo esclude inevitabilmente coloro che non sono in possesso dei mezzi adatti a svolgere questa attività che, anzi, rimane essenzialmente solitaria. Qui, in questo gioco di apparenze e riproduzioni il gruppo cede il posto allo sciame, che, nel vortice collettivo, perde quell'autentico senso di appartenenza che fa di ogni uomo un membro della società, nella quale, citando Durkheim, si realizza la naturale dualità del soggetto: animale con personalità socializzata, unione di istinto e ragione, di ragione, di sé e del mondo.

#### 1.6 Estetica della quotidianità nell'immagine postmoderna

In tutto ciò viene messa alla luce anche la parte “Estetica” del postmodernismo. Maffesoli, sociologo francese, utilizza la metafora “vibrate together in harmony” (Maffesoli 1997, p. 24) per esplicitare la capacità di provare emozioni e sensazioni collettivamente; in queste vibrazioni Maffesoli trova la struttura dell'era postmoderna; l'individualismo moderno ha lasciato il posto alla collettività. La nuova solidarietà organica ricompone gli elementi dilaniati dalla modernità;

Featherstone, teorico britannico, scrive di estetizzazione della vita quotidiana riferendosi al flusso continuo di segni e immagini che si intromettono nella vita comune degli individui contemporanei.

A questo proposito gli studi di Simmel, sebbene antecedenti al “periodo storico del postmodernismo,” risultano efficaci per spiegare come il fattore estetico sia sempre più rilevante e produca effetti nella collettività. Il teorico

rivela una dimensione estetica della vita quotidiana, composta da una molteplicità di sfaccettature intrinseche fra loro, suggerendo che:

*«Ciò che recentemente attrae i moderni individui nei confronti dei valori estetici è il particolare gioco tra il punto di vista oggettivo o soggettivo, tra l'individualità del gusto e la sensazione che sia effettivamente radicata in un'idea sovraindividuale e universale»*

*(Simmel 1918, pp. 198).*

Lo studioso sostiene che

*«La sensazione nei confronti dell'arte di essere liberati da ogni dettaglio e unilateralità dell'esistenza emerge forse dal fatto che un'illimitatezza dell'elemento individuale, come emanante da un punto centrale e su cui poggia l'opera d'arte, prende vita in noi, e in effetti non con la confusione di associazioni fortuite, ma piuttosto, in ogni caso, in forme tipiche e significative di relazioni, attrazioni e connessioni di concezioni»*

*(Simmel 1918, pp. 199).*

Quando Simmel parla del senso di liberazione dall'esistenza, richiama ancora una volta il legame tra l'estetica della forma teatrale e quella della realtà; questa formulazione un po' astratta acquista un'istanza concreta nella discussione simmeliana della socievolezza come forma teatrale della società, come forma di socialità non gravata da alcun contenuto specifico.

La dimensione estetica crea una totalità dal frammentario, gioca con la forma e quindi astrae dal contenuto; ciò che è individuale viene trasformato in universale. Il rapporto tra frammento e totalità, tra particolare e universale, è formulato in modo più preciso nel precedente saggio di Simmel "Estetica sociologica", in cui afferma che

*«L'interpretazione estetica risiede nel fatto che il tipico si trova in ciò che è unico, la legge in ciò che è fortuito, l'essenza e il significato delle cose in ciò che è superficiale e transitorio. sembra che nessun fenomeno possa sfuggire a questa riduzione a ciò che è significativo ed eterno in esso»*  
(Simmel 1968, pp.205).

Ma se questo fosse il caso in senso assoluto, allora il singolo elemento o frammento perderebbe il suo significato come individualità distintiva, perciò Simmel introduce due ulteriori dimensioni dell'estetica che sono cruciali per comprendere la sua interpretazione del periodo moderno, il giudizio estetico richiede la tensione di *vicinanza* e *distanza*; la seconda dimensione a cui Simmel fa riferimento segue la prima,

*«Il primo passo estetico (...) conduce oltre la mera accettazione dell'insignificanza delle cose alla simmetria, fino a quando il perfezionamento e la valorizzazione successivi collegano nuovamente l'irregolare, l'asimmetrico con il giudizio estetico più elevato»*  
(Simmel 1968, pp. 215).

Attraverso l'asimmetrico si torna di nuovo al frammento, al fascino estetico di ciò che ha quasi esclusivamente un carattere individualistico, alla "casualità rapsodica" del singolo elemento; da qui il godimento, oggi così vivacemente sperimentato, del frammento, della semplice impressione, dell'aforisma, del simbolo, apprezzati come risultato della loro distanza dall'oggetto.

Tale tendenza a creare distanza nella cultura moderna, la tendenza ad ampliare la distanza tra gli esseri umani e i loro oggetti che si manifesta in ambito estetico, è simboleggiata in altri ambiti: la distruzione della famiglia, derivante dal rifiuto della sua presunta eccessiva vicinanza, si estende al trasporto verso i punti più lontani; rafforza questa ansia nei confronti del contatto; lo spirito storico, la ricchezza di relazioni interiori con interessi

spazialmente e temporalmente più lontani ci rende tutti più sensibili agli urti e al disordine che ci confrontano con l'immediata vicinanza e il contatto con gli esseri umani e le cose. Una delle cause principali di questa ansia da contatto è la penetrazione sempre più profonda dell'economia del denaro (Simmel, 1968).

### 1.7 Postmodernità e fruizione della cultura

Habermas considera l'arte come una sfera di razionalità distinta dal ragionamento morale e scientifico. L'innovazione estetica e la creatività avvengono attraverso

*«Il decentramento e lo svincolo della soggettività, che rendono l'artista consapevole di ciò che è stato perso e represso nella modernità. L'artista costruisce liberamente nuove concezioni dell'esperienza, modi diversi di aprirsi al "contatto senza parole con la realtà"»*

*(Habermas 1985, p. 201).*

Se l'arte deve contribuire all'innovazione culturale, deve essere incorporata nella vita individuale e collettiva. Almeno potenzialmente, quindi, l'estetica può fornire criteri utopici per il giudizio critico di un modo di vivere (Habermas, 1985).

Habermas, però, non spiega come tale attività possa verificarsi. L'arte, in quanto regno dello sperimentale, è il luogo della creatività; tuttavia, può entrare nell'identità individuale e sociale solo dall'esterno. L'estetica rimane un aspetto eccezionale dell'esperienza umana, perché Habermas non mostra come possa essere declinata nella vita quotidiana. Come quella di Giddens, la sua visione della modernità emargina gli aspetti ludici ed espressivi dell'interazione, che sono centrali per la creatività culturale.

Sia Habermas che Giddens distinguono radicalmente tra compiti prosaici di coordinamento dell'azione sociale e la sensibilità letteraria o estetica del poststrutturalismo. quest'ultima è spesso criticata come il residuo di un'avanguardia separata dalla vita quotidiana. Tuttavia, tale abisso tra il mondano e l'artistico rende ciechi questi autori di fronte alle modalità in cui un'attività estetica e/o ludica non razionale o extrarazionale possa emergere dall'azione sociale quotidiana; questa marginalizzazione dell'esperienza artistica come straordinaria è ancora più sconcertante se consideriamo che l'espansione dei mass media e del consumismo ha portato le immagini e gli stili d'avanguardia nella vita quotidiana dell'Occidente.

L'"estetizzazione della vita quotidiana", che sia vista in modo positivo o negativo, è parte integrante del terreno culturale e sociale contemporaneo (Bell 1976; Featherstone 1992). Un tale contesto culturale mediato dalle masse rende problematica la distinzione chiara e semplice tra razionalità ed estetica e rafforza l'affermazione che tutti i giudizi implicano un momento espressivo. Inoltre, se Habermas e Giddens avessero analizzato in profondità la cultura di massa moderna, avrebbero potuto prendere più seriamente la complessità dell'esperienza moderna che sfida le categorie razionali.

Nell'epoca post-moderna, come anticipato nei paragrafi precedenti, anche l'ambito culturale ha subito un cambiamento dal punto di vista dell'autenticità e del suo ruolo intrinseco con l'aspetto turistico. Pertanto, i mutamenti e le caratteristiche descritte in precedenza, insieme alla società dei consumi possono essere facilmente collegati al turismo. Le relazioni con i luoghi si basano su sensazioni piacevoli ottenute consumando (Bauman, 2003). Il turismo è una forma di consumo e dunque segue le stesse logiche di qualsiasi altra forma di consumo.

Tuttavia, solo recentemente è stata riconosciuta l'importanza del turismo come parte specifica del consumo. Nelle società moderne, il turismo era considerato una parte separata delle attività sociali, creava divisioni e rifletteva le differenze sociali tra i consumatori; alcune pratiche turistiche venivano

utilizzate come status symbol, si pensi, ad esempio al periodo del Grand Tour e dei primi viaggi organizzati. Quindi, nel contesto della società dei consumi, non è una sorpresa che il turismo sia stato ampiamente considerato come una metafora dell'attore postmoderno (Bauman, 1993; Featherstone 1994). Come afferma MacCannell:

*«By following the tourists, we may be able to arrive at a better understanding to ourselves» (MacCannell 1976, pp. 5).*

Per continuare con l'idea che i cambiamenti in altre dimensioni possono essere riflessi attraverso il turismo, si può affermare che vivere nel complesso mondo contemporaneo si è in un certo senso trasformato in un grande tour; Lash e Urry affermano addirittura che le persone sono turisti per la maggior parte del tempo, anche quando non sono in vacanza;

Bauman parla di sindrome del turista, ovvero le persone nel mondo contemporaneo sono legate temporaneamente a determinati luoghi o posizioni, proprio come i turisti in tournée; i lavoratori temporanei ne sono un esempio chiarificativo: non conoscono il futuro e a prescindere dal background, tutti possono trasformarsi in lavoratori temporanei in qualsiasi momento.

I consumatori hanno legami deboli con l'ambiente in cui vivono; sono "nel" luogo, ma non "del" luogo; vagano da un luogo all'altro e potrebbero infine trasformarsi in quelli che Bauman chiama vagabondi. Mentre le persone del primo mondo vivono in un tempo in cui lo spazio non ha importanza, le persone del secondo mondo vivono in uno spazio che vincola il tempo. In senso marxiano, nel mondo liquido moderno le persone si trasformano facilmente da turisti a vagabondi alienati, perché tutto cambia così velocemente; il familiare non è più familiare (Bauman 2003).

Da quando è iniziata la misurazione del turismo, nonostante alcune eccezioni, si è visto un costante aumento di questo settore. Le persone sono attratte dall'Altro: vogliono scoprire qualcosa che non hanno mai conosciuto

prima e vogliono visitare luoghi che non hanno mai raggiunto prima (Turner; Ash 1975, p. 13).

Bauman descrive il turismo affermando che è un sostituto ai bisogni autentici, a ciò che è reale ma che non può essere raggiunto. Quindi, a differenza di quanto sostiene, per esempio, Rojek, il turismo può essere considerato una motivazione più ampia della semplice evasione, è una pratica molto più complessa di quella che si concentra sulla semplice soddisfazione dei bisogni (Sharpley 2002, p. 213). La globalizzazione ha rimpicciolito il mondo e i turisti sono quelli che in un certo senso hanno rafforzato questo processo.

Fin dall'inizio del fenomeno turistico si è parlato di ciò che si può trovare dall'altra parte del mondo; i primi privilegiati inglesi che partecipavano ai Grand Tour si recavano in Italia e in Francia, da dove si aspettavano di trovare uno stile di vita diverso, probabilmente più sofisticato (Turner; Ash 1975).

Oltre alle precedenti esperienze di viaggio, queste motivazioni sono costruite nel senso dello stimolo estetico, che è stato discusso in precedenza insieme alla cultura consumistica postmoderna. I segnali luoghi e di possibilità diverse sono ovunque, ad esempio nascono regolarmente nuove serie televisive sul turismo. Come nel caso del consumo in generale, alle persone viene detto ciò di cui hanno bisogno; viene detto loro quale sia la destinazione che meglio si adatta alle proprie preferenze perché, come si dice, i turisti sono sempre alla ricerca di qualcosa.

Mentre MacCannell affermava che i turisti cercano l'autenticità, nel caso del mondo liquido-moderno, i turisti possono essere visti come alla ricerca di significati (Jamal; Hill 2002, 78). Tuttavia, anche nel mondo postmoderno, non tutti i visitatori vogliono trovare dei significati attraverso le pratiche turistiche, alcune persone possono considerare più attraenti altre forme di consumo. Invece, per quanto riguarda i "veri turisti", il turismo è diventato parte del loro stile di vita rendendoli più inclini a spendere tempo e denaro nel turismo.

Come analizzato precedentemente, il consumismo e la rapida variazione di mode a stili di vita possono essere paragonati anche per quanto riguarda il

settore turistico e in particolare le destinazioni stesse, nella modernità liquida, "aumentano e diminuiscono di popolarità" (Plog 2001); queste fluttuazioni non possono essere ridotte alla divisione psicocentrica/allocentrica secondo la quale i turisti possono essere suddivisi in pionieri in cerca di novità, esploratori e in coloro che cercano esperienze familiari e non sorprendenti.

In un certo senso, contrariamente alle discussioni fondamentali di MacCannell sull'autenticità, Urry afferma che i turisti cercano semplicemente qualcosa che possa essere guardato. Invece di cercare l'autenticità, i turisti godono dell'inautenticità. I turisti postmoderni, o post-turisti possono recarsi in qualche destinazione tradizionale del turismo di massa, e rendersi conto che la destinazione si dimostra autentica in senso turistico (Feifer 1985; Urry 2002).

Così, l'autenticità risulta essere in gran parte costruita socialmente (Cohen 1988); essa può rappresentare percezioni differenti per persone diverse (Jamal, Hill 2002). Inoltre, l'autenticità non si riferisce solo agli oggetti o alle destinazioni. Le persone possono essere viste come alla ricerca di un'autenticità esistenziale attraverso attività che permettono ai turisti di sfuggire alle pressioni della vita quotidiana e di ritrovare così il proprio vero sé (Rojek 1993). L'esperienza può quindi essere autentica; la domanda di prodotti autentici può trasformarsi nella ricerca di esperienze autentiche, "reali".

Il dibattito sull'"autenticità" è essenziale quando si discutono gli aspetti postmoderni del turismo, anche se Reisinger e Steiner affermano che l'intero concetto di autenticità dovrebbe essere abbandonato perché è multidimensionale (Reisinger e Steiner, 2006). Per concludere, prima di approfondire la discussione sulle dimensioni postmoderne del turismo, si può dire che in un certo senso tutti i turisti possono essere considerati postmoderni, così come tutto è autentico per qualcuno. Di conseguenza l'autenticità dipende dal punto di vista, dalla persona che guarda l'obiettivo; si dice che i turisti postmoderni siano consapevoli del loro ruolo di turisti nel mondo delle simulazioni (Baudrillard 1983; 1996b), dove l'autenticità è diventata una scarsità. Mentre i turisti moderni cercavano seriamente l'autenticità, i turisti



postmoderni sono alla ricerca giocosa del divertimento (Cohen, 1995). Come già detto, possono anche guardare (Urry, 2002) le tipiche attrazioni turistiche a casa propria, oppure utilizzare molte alternative e diversi tipi di viaggio possono essere combinati insieme.

Rojek presenta un paio di caratteristiche in più. Innanzitutto, i post-turisti accettano la mercificazione del turismo e si rendono conto di come tutti i prodotti legati ad esso siano solo manifestazioni del consumismo; questo primo attributo deriva anche dall'idea di post-turista come

*«A collector of glances, to escape boredom, knowing that there is no  
glance truer than the others. »  
(Feifer 1985, 270).*

consapevole di essere un visitatore e del fatto che il turismo sia un gioco con diverse sfaccettature e senza un'unica esperienza autentica (Urry, 1990); In secondo luogo, lo studioso considera il turismo come una forma di comportamento separata, che viene eseguita senza alcun obiettivo specifico, per il proprio interesse. Il terzo attributo è il consumo di segni (Miles, 1998; Ritzer, 1998). Il turista postmoderno è soprattutto non-ingenuo, quindi può anche visitare destinazioni del turismo di massa, ma è consapevole che quella è una bolla ambientale.

*«The post-tourist knows that he is a tourist: not a time traveller when he  
goes somewhere historic; not an instant noble savage when he stays on a  
tropical beach; not an invisible observer when he visits a native compound.  
Resolutely "realistic," he cannot evade his condition of outsider.»  
(Feifer 1985, pp. 270).*

Secondo alcune opinioni, i turisti postmoderni, o post-turisti, rappresentano l'opposto dei turisti di massa. I post-turisti cercano di vivere esperienze

autentiche allontanandosi dai percorsi turistici di massa (Black 2000; Munt 1994); In questo contesto Munt scrive di ego-turisti che ricercano un certo stile di viaggio che rifletta la loro ricerca dell'alternativo" e che quindi accresce il capitale culturale (Wheeller, 1991). La caricatura di questi ego-turisti è un "viaggiatore", qualcuno che non vuole essere un turista "come gli altri".

La ricerca di qualcosa che si differenzi dal familiare è sicuramente al centro del turismo postmoderno e permette la diffusione di pratiche e attività peculiari e la divagazione di sottocategorie del turismo che in precedenza risultavano poco conosciute e intraprese unicamente dai cultori della materia.

## CAPITOLO SECONDO

### Turismo Oscuro come tendenza alternativa

*È la Morte che, ahimè! fa vivere e consola, è  
scopo dell'esistenza - è la speranza rara che,  
come un elisir, ci inebria e c'invola e ci dà  
cuore di camminare fino a sera*

*Charles Baudelaire – La Morte dei Poveri*

#### 2.1 La morte come incipit del Turismo Oscuro

Nel corso della storia, i rituali religiosi hanno fornito un legame ontologico tra i vivi e i morti; a sua volta, la religione, che si è evoluta dalle antiche pratiche di preghiera agli antenati e agli dèi, ha costruito meccanismi ecclesiastici che promuovono il "traffico with the dead" pubblico e spirituale (Walter, 2005). In particolare, i rituali di lutto e le successive preghiere per i defunti forniscono l'intercessione, per molti, tra coloro che sono morti e coloro che devono ancora morire. Tuttavia, un'ideologia secolarizzata sempre più diffusa suggerisce che

*«Dead have no spiritual existence, so communication with the dead soul is  
not so much wrong as impossible» (Walter 2005, p. 18).*

Pertanto, il secolarismo, come caratteristica della società contemporanea, può essere considerato una "barriera ideologica" che separa i vivi dalle anime (Walter, 2005). Successivamente, Strobe e Schut (1999) sostengono che l'individuo contemporaneo occidentale ha poca scelta, se non quella di ricostruire una vita senza i propri defunti; risulta particolarmente vero se si prende in considerazione il sequestro istituzionale della morte, per cui esiste un apparente paradosso di morte "assente/presente" all'interno della sfera pubblica (Giddens, 1991): la morte reale del Sé è stata "sequestrata", o resa assente, dallo sguardo pubblico negli ultimi 60 anni circa attraverso processi di

medicalizzazione e professionalizzazione delle pratiche funerarie, oltre a una riduzione della portata del sacro che ha dato luogo a una privatizzazione del significato (Mellor, 1993; Mellor & Shilling, 1993; Willmott, 2000).

Tuttavia, al suo posto c'è la morte (ri)creata, in cui “the Significant Other Dead” convive con il mondo vivente, o viene reso presente, attraverso una pletera di canali di mediazione, tra cui la letteratura, l'architettura, i monumenti, i media e così via (Harrison, 2003).

Stone rafforza la tesi del sequestro, sostenendo che la mortalità è stata trasferita dallo sguardo della famiglia e della comunità a una regione posteriore di medici e professionisti dell'industria della morte per creare una “Bad death” (Stone, 2011; Kellehear, 2007). Nonostante ciò, il Sé moderno spera ancora in una "morte con dignità" o in una buona morte, come raffigurato dagli ideali donchisotteschi del Romanticismo che, probabilmente, pervadono ancora la coscienza della mortalità moderna (Howarth, 2007). Di conseguenza, questo apparente sequestro istituzionale della morte solleva nozioni di paura e potenziali problemi di sicurezza ontologica e di significato personale per il Sé individuale all'interno della società secolarizzata (Giddens, 1991).

Per "de-sequestrare" la morte e renderla presente all'interno del regno pubblico, Stone e Sharpley suggeriscono che quest'ultima venga rianimata attraverso un sostituto composto da un insieme di situazioni e di memorizzazione, comprese quelle nelle quali ci si imbatte analizzando le (ri)presentazioni del cosiddetto Turismo Oscuro (Stone, 2009; Stone & Sharpley, 2008).

Quindi, “The Other of Dead” come caratteristica distintiva del Turismo Dark (Seaton, 2009) è importante nel ruolo di mediazione tra i vivi e i morti. Di conseguenza, il consumo di Turismo Oscuro offre una potenziale opportunità di contemplare la morte del Sé attraverso lo sguardo sull'Altro significativo. Come nota Harrison:

*«The contract between the living and the dead has traditionally been one of indebtedness (...) The dead depend on the living to preserve their authority, heed their concerns, and keep them going in their afterlives. In return, they help us to know ourselves, give form to our lives, organize our social relations, and restrain our destructive impulses. They provide us with the counsel needed to maintain the institutional order, of which they remain authors...» (Harrison 2003, p. 158).*

Perciò, in un'epoca secolare caratterizzata dal sequestro della morte e dominata dalla medicalizzazione, la “morte romantica”, o almeno la sua percezione, è stata resa visibile e (ri)creata attraverso la “nuova frontiera del turismo”, il Turismo Dark che fornisce una meditazione contemporanea della mortalità per il Sé attraverso l'altra morte; pertanto, il Turismo Oscuro è una (nuova) istituzione di mediazione all'interno di società secolari sequestrate dalla morte, che non solo fornisce un luogo fisico per collegare i vivi con i morti, ma permette anche al Sé di costruire significati ontologici contemporanei della mortalità. In definitiva, i siti di Turismo Oscuro permettono al Sé di riflettere e contemplare sia una vita sana che una successiva buona morte attraverso il consumo del “Significant Other Dead”.

Stone analizzando la società contemporanea nota che:

*«Mentre il sé collettivo è stato negatore della morte a causa degli atteggiamenti verso la medicina e la mortalità, la società ha trasgredito sottilmente verso un'era che sfida la morte, dove l'enfasi sull'educazione alla salute porta con sé promesse di estensione corporea»  
(Stone, 2012, p. 1566).*

## 2.2 Le analisi teoriche del Dark Tourism

La visita di siti associati alla morte e alla tragedia è stata discussa negli studi sul turismo nell'ultimo decennio e incorporata in un'inedita categoria turistica definita attraverso due termini principali quali Thanatourism/Tanaturismo (Seaton 1996) e Dark Tourism/Turismo Oscuro (Foley e Lennon, 1996) e una serie di denominazioni meno familiari, tra cui "milking the macabre" (Dann, 1995), "black spots" (Rojek, 1997), "morbid tourism" (Blom, 2000) e "atrocitiy heritage" (Ashworth, 2004). Teorizzare il Turismo Oscuro sembra essere un compito complesso da svolgere: mentre alcune voci hanno posto l'accento sul turista oscuro come agente che sperimenta la propria finitudine attraverso la "morte dell'altro" (Biran, Poria, & Oren, 2011; Miles, 2002; Olsen & Korstanje, 2020; Stone & Sharpley, 2008), altre, invece, avvertono che il fenomeno rappresenta un meccanismo ideologico di controllo imposto dalle élite al potere per evitare il cambiamento sociale (Bowman & Pezzullo, 2009; Buda & McIntosh, 2013; Korstanje, 2016; Skinner, 2018; Tzanelli, 2016).

Duncan Light teorizza che il Turismo Oscuro tende a essere usato come termine ombrello per qualsiasi forma di turismo che sia in qualche modo legato alla morte, alla sofferenza, all'atrocità, alla tragedia o al crimine (Light, 2017). Questo termine è abbastanza comprensivo, ma è presente un'altra espressione, Thanatourism, a cui si fa spesso riferimento quando si parla di Turismo Oscuro: sebbene sia un termine gemello del Turismo Oscuro, il Thanatourism ha una definizione propria ovvero un viaggio in un luogo interamente, o parzialmente, motivato dal desiderio di incontri reali o simbolici con la morte, in particolare, ma non esclusivamente, con la morte violenta (Ivanova & Light, 2018).

Così, mentre queste attività sono un'importante nicchia turistica che vale centinaia di migliaia di dollari per un'ampia gamma di attrazioni, musei, mostre e siti del patrimonio culturale in tutto il mondo, le definizioni del fenomeno e delle sue componenti rimangono imprecise. In questo senso, quindi,

*«There are more questions than answers in relation to Thanatourism. Its extent and motivations, and above all the identities of its pursuants, have yet to be revealed» (Seaton e Lennon, 2004, p. 77).*

Mentre Seaton (1999) sostiene che il termine Thanatourism cattura idealmente tali attività e le classifica come un fenomeno onnicomprensivo a prescindere dall'epoca cronologica, Lennon e Foley (2000) adottano un'altra prospettiva; lavorando all'interno del paradigma del postmodernismo, il termine da loro coniato "Turismo Oscuro" è definito come un fenomeno relativamente recente della società occidentale contemporanea. Secondo il loro pensiero:

*«Un evento rappresentato come "Turismo Oscuro" è probabile che abbia avuto luogo negli ultimi cento anni e sia stato portato al pubblico attraverso i moderni mezzi di comunicazione di massa. La scala e la portata del prodotto turistico sono probabilmente guidate dai media»  
(Lennon e Foley 2000, p. 119).*

A differenza del Thanatourism, il Dark Tourism viene quindi definito non tanto sulla base dell'interesse per i siti macabri, quanto piuttosto in relazione alla mercificazione odierna di eventi dark; escludendo i siti precedenti al XX secolo, Lennon e Foley individuano le origini del "Turismo Oscuro" nell'affondamento del Titanic nel 1912, sostenendo che, sebbene essi:

*«Non siano in disaccordo sul fatto che questi siti [anteriori al XX secolo] ospitino il turismo, né sul fatto che i film, i romanzi e la televisione non simulino l'interesse per essi... o che la loro mercificazione e commercializzazione non sia comune. Tuttavia, questi non si qualificano come Turismo Oscuro» (Lennon e Foley 2000, p. 12).*

Foley e Lennon hanno chiaramente contribuito molto al dibattito sul Turismo Oscuro e la collocazione del loro lavoro nel contesto del postmodernismo ha certamente fornito spunti interessanti. Tuttavia, intendere queste attività come un fenomeno puramente postmoderno corre il rischio di trascurare alcuni degli aspetti psicologici intrinseci del Tanaturismo come, ad esempio, l'interesse innato che gli esseri umani provano nell'ambito di questa materia, riconosciuto nella letteratura sugli studi sulla morte molto prima che i termini Tanaturismo o Turismo Oscuro fossero conati dagli studiosi di turismo (Walter, 1984, Walter, 1993).

### 2.2.1 Le sfaccettature

Stone inquadra i siti del Turismo Oscuro in due tipologie chiare che si muovono all'interno dello stesso spettro: i siti più "light" e quelli più "dark"; i primi mirano a intrattenere i visitatori lavorando come "fabbriche del divertimento" e come spazi di consumo postmoderni, in questo senso, il London Dungeon sembra essere un esempio di questa tipologia. Al contrario, lo spettro più oscuro coinvolge spazi di lutto e di dolore costruiti per dare un messaggio alla società (ad esempio il campo di concentramento di Auschwitz-Birkenau).

Ciò solleva la domanda:

*Fino a che punto i turisti scuri sono interessati alla sofferenza dell'altro o sono semplicemente mossi dalla logica della massimizzazione del piacere?*

Stone risponde affermando che il turista cerca esperienze associate al consumo di narrazioni di morte, dove l'atto di vivere porta inevitabilmente alla mortalità. La ricerca di questo tipo di siti è geograficamente incapsulata in un territorio specifico, che emula un'interazione tra vittimismo e necessità di consumare autenticità. I Dark Tourists sono psicologicamente mossi dal



bisogno di essere in contatto con esperienze autentiche, attraverso l'articolazione di spazi auratici unici, e guardano alla morte dell'altro come a una forma di immaginazione della propria fine (Stone, 2012).

Quando la morte incontra un ordine culturale, come aggiunge Stone, i discorsi dominanti e le credenze condivise vengono sistematicamente affrontati e contraddetti; per questo motivo, il morire è un fatto oggettivo e universale, il morire assume molte forme. Stone gioca con l'idea che il Turismo Oscuro incarni una riconfigurazione filosofica della morte verso un'istituzione mediatrice.

Tuttavia, concorda Stone, il Turismo Oscuro si colloca a cavallo del terrore primordiale che la presenza della morte instilla: si è piuttosto evoluto verso forme pedagogiche che combinano memorizzazione e intrattenimento (Stone, 2012). Questa posizione ambigua pone gli operatori professionali sul campo in una situazione sconcertante. Il Turismo Oscuro è un rito antropologico di espiazione e una forma naïve di intrattenimento e patrimonio culturale.

Nel loro insieme, i progressi dell'alta tecnologia, uniti al moltiplicarsi di disastri o situazioni di cancellazione di massa, hanno portato gli studiosi ad accettare che il turismo stia mutando verso una nuova forma (morbosa) (Korstanje, 2016; Lennon & Foley, 2000; Strange & Kempa, 2003). Come afferma Korstanje (2016), la nuova società tanacapitalista emergente smaltisce e mercifica la morte altrui come forma di intrattenimento culturale, gettando le basi per una nuova comprensione del turismo e del suo legame con la società dei consumi.

In sintesi, sebbene il Turismo Dark sia spesso etichettato come deviante e preoccupante e, in alcuni casi, fonte di panico morale da parte dei media (Seaton & Lennon, 2004), suggerendo che la commercializzazione del macabro e della tragedia è piena di ambiguità morali, risulta chiaro che, nonostante i suoi dilemmi tipologici, interpretativi, politici e morali, ha al centro la morte (reale e rappresentativa) e viene spesso definito un fenomeno postmoderno con un'enfasi sullo spettacolo (Foley & Lennon, 1996; Rojek, 1993).

## 2.3 Le motivazioni

A metà degli anni Duemila, quando l'attenzione della ricerca si è gradualmente spostata sulla comprensione delle motivazioni che spingono i visitatori a viaggiare verso le attrazioni e i luoghi oscuri, si è scoperto che le motivazioni dei turisti possono essere diverse e che ci sono poche prove che la curiosità morbosa e il voyeurismo siano una ragione importante per visitare i siti di Turismo Oscuro (Dunkley, Morgan, & Westwood, 2007; Seaton & Lennon, 2004; Sharpley & Stone, 2009; Stone, 2005, 2006). Gli studi sull'esperienza turistica hanno rivelato che visitare siti di Turismo Oscuro permette di riflettere sulla propria moralità e sul proprio comportamento (Lisle, 2004; Stone, 2009). Il fascino che abbiamo come esseri umani per la nostra capacità di fare del male, di testimoniare le prove dell'orrore e di soffermarci e apprezzare manufatti fotografici, cinematografici o patrimoniali legati alla morte è al centro di questi fenomeni.

Tali siti sono diventati parte dello "sguardo" turistico (Urry, 1990), un'esperienza mercificata come parte di un programma di svago: l'esperienza è fotografata, filmata e seguita attraverso la fotografia dei visitatori che è onnipresente, basata su dispositivi mobili e quasi illimitata; permette e fornisce una registrazione visiva e offre opzioni che possono essere caricate online e fatte circolare a livello globale su una moltitudine di social media.

Sontag sosteneva che collezionare fotografie significava collezionare il mondo e nel caso dei siti oscuri, le immagini sono collegate a emozioni di fascino e orrore, che a loro volta vengono frequentemente registrate e fotografate (Sontag, 1977).

La visita di mete oscure sembra incoraggiare una certa auto-riflessione, dimostrata da Lennon e Weber nella loro analisi motivazionale dei visitatori internazionali del campo di concentramento di Dachau: il Turismo Oscuro ha un ruolo centrale rispetto ai manufatti e alle manifestazioni dei fenomeni che

sono stati creati o persi; i siti risultano intrinsecamente intrecciati in relazioni complesse con testi, storie e immagini (Lennon e Weber, 2016).

L'importanza di questi siti come registrazioni fisiche di atrocità, crimini ed eventi tragici merita una lettura e una comprensione univoca, neutrale e derivata dalla documentazione storica (Lennon e Foley, 2000; Lennon, 2010). Tuttavia, l'esegesi risulta complicata perché limitata dal linguaggio che, se confrontato con le immagini visive, è spesso inadeguato: le parole non hanno un valore fisso e non possono rivendicare significati univoci, la molteplicità di significati possibili nell'interpretazione è una preoccupazione in qualsiasi tentativo di "comprensione" degli episodi oscuri.

La tesi della decostruzione di Derrida (1997) è utile per questa discussione e per delineare l'interpretazione visiva e scritta. L'assunto è stato applicato principalmente ai testi scritti, ma può concentrarsi anche in riferimento alle immagini visive. La decostruzione cerca di scoprire modi letterali e filosofici di pensare al testo e alle immagini visive: l'aspetto filosofico mira a dimostrare che esistono "indecidibili", cioè qualcosa che non può essere conforme a nessuno dei due lati di una dicotomia; mentre la decodifica dei contenuti "letterali" dei siti oscuri per comprenderne i contesti ed esporre i modi dominanti di pensare alla tragedia, al dolore e alla capacità degli esseri umani di compiere il male ha una risonanza in questo caso.

Oltre a questa nozione di "oscurità" percepita tra i prodotti, Miles suggerisce che esiste effettivamente un "paradigma turistico più scuro e più chiaro". Egli sostiene che vi è una distinzione tra turismo "oscuro" e "più oscuro", ovvero che tra i siti può presentarsi una maggiore nozione di macabro. Basandosi sulla dimensione temporale e sull'affinità spaziale con un sito, Miles propone una differenza cruciale tra i siti associati alla morte e alla sofferenza e i siti che sono di morte e sofferenza; così, secondo Miles, il prodotto e l'esperienza del campo di sterminio di Auschwitz-Birkenau sono plausibilmente più oscuri di quelli del Museo Memoriale dell'Olocausto di Washington DC. (Miles, 2002).

Le destinazioni post-catastrofe o post-conflitto, così come gli spazi di consumo oscuro, corrispondono a una tradizione accademica emergente in cui i rischi globali non vengono mitigati attraverso la pianificazione, ma piuttosto la catastrofe viene mercificata esteticamente come prodotto postmoderno. Questo punto irrisolto comporta un problema etico, semplicemente perché le catastrofi non sono solo le merci risultanti per il funzionamento dell'industria turistica, ma anche il fattore chiave che attrae i turisti (Korstanje, 2016; Sather-Wagstaff, 2016; Tzanelli, 2016).

La memorizzazione frenetica di esperienze traumatiche può essere mercificata sotto forma di spettacoli culturali (Bauman, 2008). Il problema sta nel fatto che le vere ragioni alla base del disastro vengono infine dimenticate e le probabilità che la stessa catastrofe si ripeta aumentano.

Lungi dall'essere interessati al dolore dell'altro o dal meditare sulla propria morte attraverso il "Significant Other", i turisti oscuri non sono le persone altruiste che Stone, Sharpley o Seaton credono: il turismo va inteso come un rito di passaggio che sublima le frustrazioni psicologiche della vita quotidiana, quindi si può affermare che lo stesso rifletta gli stessi valori culturali mainstream che governano la società; il consumo di morte non si limita al consumo turistico, ma anche ad altre industrie dell'intrattenimento culturale tramite programmi televisivi, videogiochi, romanzi, reality show e film che concentrano l'attenzione su un futuro apocalittico in cui solo pochi sopravvissuti lottano giorno per giorno per vivere.

La dottrina hobbesiana della guerra di tutti contro tutti si è materializzata in una società del post-consumo, che abbiamo ribattezzato "Thana-capitalismo". L'idea della società del rischio, così come è stata concepita da Maximiliano E. Korstanje e U. Beck (1992), è stata sostituita da una nuova fase capitalistica, in cui la morte è la principale merce di scambio: Il Thana-capitalismo. In questa società darwinista, in cui la figura dell'aldilà è stata eliminata, la vita è immaginata come una gara in cui solo uno vince e, naturalmente, prende tutto.

La trama sociale darwinista non solo rappresenta il funzionamento del tanacapitalismo, ma spiega anche la nostra inquietante attrazione per la morte dell'altro. A prima vista, i visitatori oscuri, che noi chiamiamo "Dark-seekers", sono entusiasti di osservare le scene di distruzione o di morte di massa fornite dai mass media. La morte dell'altro offre al sé una nuova opportunità di vita. Consumando il dolore dell'altro, non solo ci ricordiamo quanto siamo speciali, ma abbracciamo anche ideologicamente le nostre istituzioni sociali che non vengono mai messe in discussione.

Il sistema capitalista non corregge mai i difetti alla base del disastro, piuttosto ne abbellisce gli effetti attraverso l'estetica del postmodernismo. Il Turismo Oscuro, così come l'osservazione della morte, fa parte di questa tendenza.

#### 2.4 Il prodotto dark nell'era postmoderna

Come già analizzato la condizione postmoderna contemporanea è intimamente associata al Dark Tourism in quanto la sua pratica è presumibilmente legata alla "compressione spazio-temporale" provocata dalle tecnologie di comunicazione contemporanee, alla "de-differenziazione" associata ai confini sempre più labili tra istruzione e intrattenimento, l'"iperrealtà" immersiva delle attrazioni a tema che ricreano la realtà su una scala grossolanamente esagerata, e il presunto "presente perpetuo", in cui gli stili del passato, le tecnologie attuali, il marketing oscuro e le possibilità future sono riuniti in una fusione retro-futuristica di "way-back-when", "now is-the-time" e "things-to-come" (Lennon e Foley, 2000); Rojek, 1993, 1995).

Coloro che sono responsabili per la gestione e la governance dei siti di Turismo Oscuro e della (ri)presentazione dell'"altra morte" nelle medesime attrazioni devono riconoscere il ruolo di questi siti come potenziali ricettacoli di mediazione tra le vite dei visitatori e le loro prospettive di mortalità; ciò è

particolarmente importante, se si considera il sequestro istituzionale della morte, che almeno per alcuni può instillare un senso di insicurezza ontologica. A tal fine, il Turismo Oscuro, che rende presente la morte assente, non consiste tanto nel presentare narrazioni di morte, quanto nel rappresentare narrazioni di vita e di vita di fronte all'inevitabile mortalità.

La morte è sempre presente nei nostri notiziari, anzi è stato evidenziato come i media di oggi siano ossessionati dalla morte (Walter 1991); non sorprende quindi che tragedie come l'11 settembre e le conseguenti visite turistiche a siti come "Ground Zero" attirino un'ampia attenzione da parte dei media, che sono quindi responsabili di stimolare ulteriormente l'interesse a visitare tali siti (Lennon e Foley, 2000) coprendo e spesso sensazionalizzando gli eventi.

Dato che il sensazionalismo dei media su incidenti e vittime è oggetto di biasimo da parte dell'opinione pubblica, anche i turisti che visitano questi luoghi in modo indipendente potrebbero essere visti negativamente. Se le strutture turistiche oscure sono offerte come componente di un prodotto di destinazione integrato, la condanna pubblica dei visitatori di solito si trasferisce agli organizzatori il che semplifica il processo decisionale quando si tratta di scegliere di visitare tali luoghi, con conseguente aumento del fatturato annuo. La trasformazione del contenuto del disastro e della sofferenza umana in prodotto turistico comporta attualmente la creazione di una connessione tra una storia turistica che suscita una specifica risposta emotiva nei visitatori e il programma del tour (Stone e Sharpley, 2008).

Seaton, riflettendo la posizione di Lennon e Foley, ribadisce il ruolo centrale dei media nella crescita del turismo verso i siti, le attrazioni e le mostre associate alla morte, principalmente attraverso l'aumento della specificità geografica dell'omicidio e della morte violenta e, più recentemente, attraverso la tecnologia di comunicazione globale che trasmette gli eventi quasi nel momento in cui accadono nei "salotti" delle persone in tutto il mondo (Seaton e Lennon 2004).

I fattori tecnologici contribuiscono alla consapevolezza da parte del pubblico dei contenuti dark, mentre quelli socioculturali concorrono all'accettabilità sociale di tali contenuti turistici. La creazione di un prodotto turistico dark dovrebbe basarsi sul rispetto delle vittime e sull'osservanza degli attuali criteri socioculturali. Ignorare il potenziale del Turismo Dark o trascurare di sviluppare tali contenuti turistici in destinazioni che hanno le risorse per il loro sviluppo, le lascerà testimoni silenziosi e ostaggi del passato. D'altra parte, lo sviluppo di strutture turistiche dark contribuisce alla crescita delle visite turistiche durante tutto l'anno, indipendentemente dalle condizioni climatiche. In definitiva, la gestione sistematica di un prodotto turistico oscuro può contribuire alla riconciliazione delle persone e alla creazione di una nuova immagine delle comunità locali e nazionali, un'immagine che promuove il multiculturalismo, la comprensione e lo sviluppo di relazioni di buon vicinato basate sull'associazione tra persone e sul turismo dark.

La crescita dell'interesse globale per le strutture turistiche dark è un incentivo per nuovi investimenti e per l'ulteriore formazione degli operatori turistici e fornisce ai turisti un'ulteriore motivazione per viaggiare e visitare le destinazioni che offrono tali contenuti. Tuttavia, per garantire un approccio sistematico allo sviluppo e alla gestione dei prodotti turistici dark, è necessario prendere in considerazione le variabili di influenza del modello presentato.

## 2.5 L'etica del Turismo Dark

Le dimensioni etiche del Turismo Dark sono state spesso oggetto di dibattito (Potts, 2012; Stone, 2009; Clark, 2014). Le esperienze di svago che rientrano nel Turismo Oscuro, spesso percepite come moralmente sospette e devianti, potrebbero essere considerate legittime e salutari se si tiene conto della più ampia condizione culturale della società secolare (Stone & Sharpley, 2013). D'altra parte, gli studiosi hanno sollevato preoccupazioni circa la

rappresentazione morale, l'accettabilità e la correttezza dei siti di Turismo Oscuro. La maggior parte dei discorsi etici sulla moralità del Turismo Oscuro si è concentrata sul modo in cui i luoghi associati alla morte e alla sofferenza vengono presentati ai visitatori (Dale & Robinson, 2011; Lennon, 2010; Lennon & Foley, 2000)

Un dibattito serio sul turismo oscuro e sul Tanaturismo deve fare riferimento a quanto sia etico che il turismo tragga beneficio dalla morte, dalla sofferenza e dal macabro (Garcia, 2012). Altre voci tra i ricercatori sollevano addirittura la questione dell'accettazione di questa forma di turismo (Lennon & Foley, 2000; Clark, 2014). Un'altra questione etica più specifica riguarda ciò che Ashworth ha definito «anestesia del visitatore» (2004, p. 14), ovvero, come l'esposizione ripetuta di così tanti visitatori del Turismo Oscuro a una storia orrenda possa portare a una perdita di sensibilità umana; aumentando il contatto con la sofferenza, i visitatori potrebbero considerare accettabili le atrocità e le sofferenze del passato e non si scandalizzerebbero più o alimenterebbero comportamenti di rifiuto della sofferenza, quei comportamenti timotici che in passato hanno portato la morte e segnato determinate aree geografiche (Fukuyama, 2006).

Ashworth, ad esempio, analizzando il caso dell'eredità dell'apartheid sudafricana, conclude che tale paradigma può degenerare in una forma di turismo ricreativo che finirà per far apparire comportamenti inappropriati e irragionevoli per i siti associati alla morte e alla sofferenza (Ashworth, 2004),

Per quanto riguarda i siti, Wight li descrive come paesaggi culturali, la cui gestione definisce il contesto in cui vengono interpretati; il discorso e le costruzioni discorsive possono influenzare e sono influenzate, rispettivamente, dal modo in cui i siti o i luoghi oscuri vengono percepiti, dall'evoluzione delle immagini che ne definiscono l'identità, dalla qualità dell'autenticità degli elementi e dai commenti fatti su di essi (Wright, 2006).

Le tecniche di esposizione utilizzate nei luoghi oscuri sono molto controverse per alcuni tradizionalisti, i quali sostengono che il contesto storico



viene distorto, ad esempio, sovraccaricando l'interpretazione di informazioni. I postmodernisti, al contrario, difendono le tecniche di sperimentazione interattiva e di intrattenimento: è stato spesso sostenuto che la memoria a cui affidiamo questi siti di Turismo Oscuro può essere distorta o minata dall'interpretazione culturale, sociale e politica della morte e della tragedia.

La critica etica al Turismo Oscuro coinvolge un altro aspetto della questione se accettare o meno questa presunta forma di turismo, ovvero all'esistenza di politiche che, per loro stessa natura, sono legate a determinati progetti nazionali di creazione di una memoria collettiva che si rivolge a determinati luoghi di morte e sofferenza. La memoria e i ricordi sono questioni importanti che emergono da questi siti (Knox, 2006).

La politica nazionale del Turismo Oscuro comprende, tra l'altro, due aspetti fondamentali: uno relativo al ricordo come strumento di coesione (Tunbridge & Ashworth, 1952) e un altro che prevede l'oblio di una fase negativa della storia di un popolo (Light, 2017). Entrambe le forme possono avere un impatto sia positivo che inquietante sulla realtà storica a causa della commercializzazione dei luoghi di morte e sofferenza, perché la politica locale o nazionale può valorizzare alcuni elementi dei siti e diluirne altri. È utile, quindi, riconoscere la necessità di dimenticare queste fasi oscure della storia, ma per costruire un quadro alternativo di comprensione dei messaggi selettivi presentati da alcuni siti di morte e sofferenza, è necessario spostare il dibattito al di là della mercificazione e dell'autenticità, più precisamente nella sfera dell'etica. Gli esempi che potrebbero essere oggetto di questo ragionamento etico bivalente sono molteplici: gli ex campi di concentramento della Germania nazista, i Gulag sovietici e le prigioni comuniste dell'Europa centro-orientale, l'Apartheid, i luoghi segnati dalle battaglie più dure (se non tutte) delle due guerre mondiali e molti altri.

L'etica, la "contestazione dell'esistenza del Turismo Oscuro" e l'"anestesia dei visitatori" portano all'impacchettamento (Baillie, Chatzoglou & Taha, 2010) e alla banalizzazione dei siti e modificando il senso di realtà dei luoghi quando

vengono introdotti nel circuito turistico (Lennon & Foley, 2000). Se i luoghi fossero rimasti "puri" o "incontaminati", allora il loro senso fisico, sociale e morale sarebbe rimasto inalterato, ma trasformando la morte e la sofferenza in prodotti e beni di consumo, cioè in mercificazione, essi vengono banalizzati o, peggio, diventano falsi storici (Hewison, 1987) o kitsch (Sturken, 2008).

Denham, attraverso una ricerca sul consumo di criminalità nell'industria culturale, ha rilevato che esiste anche un problema morale nell'alienare la morte, poiché, per venderla ai turisti, i mercanti si appellano alla "memoria selettiva" degli individui come metodo per comprendere ciò che è accaduto una volta che la morte è stata uccisa (Denham, 2016).

Stone suggerisce che le ambiguità etiche insite nel Turismo Oscuro sono sistematiche di più ampi dilemmi morali secolari nella trasmissione di narrazioni di morte. In particolare, propone che i siti di Dark Turismo agiscano come spazi comunicativi contemporanei di moralità. Inoltre, afferma che:

*«Il Turismo Oscuro può non solo agire come custode della storia in termini di patrimonio, ma anche come custode morale di una società contemporanea che sembra essere nel mezzo di una risorgente vitalità morale e può fornire una nuova base morale, perché ha una varietà di sottotipi e può offrire una gamma di morali e valori» (Stone, 2009, p. 62).*

Ciò significa che le mete di turismo oscuro consentono ai turisti di negoziare questioni di interesse morale e, nel processo, la moralità viene rivitalizzata in una società a livello collettivo.

### 2.5.1 Il disimpegno morale

Nonostante le motivazioni più disparate e le connessioni più profonde che i turisti sviluppano rispetto ai siti di Turismo Oscuro, gli atti trasgressivi e i

comportamenti devianti dei turisti sono una realtà, soprattutto nell'era del narcisismo digitale come, ad esempio, i selfie provocanti nei siti oscuri e non possono essere semplicemente accantonati come una forma di "panico morale" creato dai media. Il risultato di questo atteggiamento e della colpevolizzazione da parte dei media ha comportato per lo più un vilipendio del turista senza un reale tentativo di comprendere il processo psicologico che influenza il comportamento trasgressivo e la configurazione morale dei turisti. La sezione seguente descrive il disimpegno morale e la sua relazione con l'agency umana e la liminalità. La moralità e il comportamento morale sono stati un argomento ampiamente discusso dagli studiosi. Esistono diverse teorie psicologiche sul comportamento morale, come la Teoria dello sviluppo morale (Kohlberg, 1971) e la Teoria dei fondamenti morali (Haidt & Graham, 2007), nonché teorie sociologiche sulla moralità (Durkheim, 2013; Goffman, 1997; Weber, 1978; Collins, 2010). Mentre i sociologi hanno studiato i contesti sociali più ampi e la moralità a livello collettivo, gli psicologi si sono concentrati sull'individuo come unità e fonte di azione morale.

Nel corso degli anni, gli studi psicologici hanno dimostrato la centralità dell'identità morale nel determinare l'azione morale, indagando il rapporto tra giudizi morali, comportamento morale ed emozioni. (Aquino, Freeman, Reed, Lim, & Felps, 2009; Frimer & Walker, 2009; Haidt, 2001; Hoffman, 2000). Tuttavia, quando si tratta di capire come gli individui si impegnino in strategie cognitive per cambiare significato a una particolare situazione o utilizzino manovre psicosociali per disimpegnarsi da un comportamento immorale, è il processo di disimpegno morale che sembra offrire una spiegazione; un meccanismo psicologico che svolge un ruolo importante nel processo decisionale non etico è il disimpegno morale, che opera sia a livello individuale che collettivo (Bandura, 1999).

Il disimpegno morale si riferisce alla disattivazione cognitiva dei processi di autoregolazione morale nel processo decisionale. Esso media la relazione tra i principi morali degli individui e le loro trasgressioni comportamentali.

Attraverso questo processo, si possono prendere decisioni non etiche senza che gli individui si sentano apparentemente colpevoli o autocensurati (Bandura, 1999). Nel contesto del turismo, questi meccanismi di disimpegno morale sono utili per spiegare come i turisti ricostruiscano le loro azioni per farle apparire meno immorali, con conseguente spostamento dei confini etici.

Secondo Bandura, gli individui adottano standard di giusto e sbagliato che fungono da guida e da deterrente per la condotta nello sviluppo dell'agenzia morale. Il disimpegno morale è un processo di autoregolazione

*«In cui le persone monitorano la loro condotta e le condizioni in cui si verifica, la giudicano in relazione ai loro standard morali e alle circostanze percepite, e regolano le loro azioni in base alle conseguenze che applicano a sé stessi (...) La moralità è radicata in un'auto-reattività, piuttosto che in un ragionamento astratto e spassionato (...) le azioni morali sono il prodotto dell'interazione reciproca di influenze cognitive, affettive e sociali» (Bandura 2002 p.102).*

Ciò implica che gli orientamenti ideologici delle società influenzano la forma delle giustificazioni morali di un individuo, ma l'individuo ha anche la capacità di alterare il sistema sociale attraverso l'esercizio della propria moral agency. Questo vale per i turisti che provengono da contesti culturali, realtà sociali e sistemi ideologici diversi che danno forma alle loro percezioni e giustificazioni morali; pertanto, la giustificazione dei giudizi morali è relativa piuttosto che assoluta (Bandura, 2002).

La moral agency è

*«An individual's ability to make moral judgments based on some notion of right and wrong and to be held accountable for these actions » (Taylor 2003, p. 20).*

Nell'ambito del turismo, la nozione di moral agency attribuisce al turista la capacità di elaborare informazioni sociali in ambienti culturali diversi, di impegnarsi nella costruzione del proprio contesto sociale e delle proprie esperienze e di escogitare modi diversi per giustificare le proprie azioni, quando si trova di fronte a dilemmi morali. La teoria cognitiva sociale di Bandura è un modello solido e replicabile di moral agency in cui coesiste una cooperazione tra pensiero morale, reazioni autovalutative, condotta morale e influenze ambientali. All'interno di questo modello triadico di causalità reciproca, la moral agency si esercita attraverso meccanismi di autoregolazione (Bandura, 2016; Zsolnai, 2016). Egli afferma che la propria moral agency determina se gli attori si impegneranno in comportamenti antisociali o pro-sociali (Bandura, 2004).

Lovelock (2014) afferma che il disimpegno morale selettivo nel turismo è facilmente possibile a causa della nozione di liminalità, in cui anche la moral agency viene oscurata dal contesto neoliberale che fornisce una struttura in cui il comportamento immorale è previsto e premiato. Questa idea si applica bene al Turismo Oscuro, considerato come la corrispondenza della disposizione neoliberale all'interno del settore turistico (Korstanje & George, 2017). Biran, Poria e Oren affermano che il Turismo Dark può essere percepito come un rito di passaggio sociale, dati i suoi elementi di transizione e il suo potenziale di influenzare la psicologia e la percezione degli individui (Biran, A., Poria, Y., & Oren, G 2011).

Turner ha definito la liminalità come «qualsiasi condizione al di fuori o ai margini della vita quotidiana» (Turner, 1973 p. 47). La liminalità è stata anche

*«Spesso paragonata alla morte, all'essere nel grembo materno, all'invisibilità, all'oscurità...» (Turner & Abrahams, 1969, p. 359).*

I tempi e gli spazi liminali offrono la possibilità di libertà, di liberazione e di fuga dai vincoli quotidiani, dalle routine e dalle discipline (Pritchard &

Morgan, 2006). Nel contesto del turismo, gli spazi liminali offrono al turista la possibilità di adottare comportamenti e identità al di fuori della norma. Nel contesto del turismo dark, gli spazi liminali sono quelli in cui l'identità, le percezioni morali e il comportamento del turista sono messi alla prova.

Le decisioni morali prese all'interno di uno spazio liminare non favoriscono il "rispetto delle regole", si è liberi di ignorare qualsiasi copione morale fornito da una società più ampia (Lovell, 2014); sono anche opportunità di trasgressione, di sovvertimento della struttura sociale e di inversione del comportamento normale.

Bandura descrive l'agenzia morale come socialmente situata ed esercitata e le azioni morali come il prodotto dell'interazione reciproca di influenze personali e sociali. Tuttavia, le teorie socio-strutturali e le teorie psicologiche rappresentano livelli diversi di causalità, con la spiegazione che il comportamento umano non può essere compreso appieno solo in termini di fattori strutturali sociali o psicologici (Bandura, 2002).

Egli sostiene l'utilizzo di una teoria cognitiva sociale che rifiuta il dualismo tra struttura sociale e agency personale, dove le influenze socio-strutturali influenzano l'azione attraverso meccanismi di autoregolazione all'interno di una struttura causale unificata. Pertanto, utilizzando questa prospettiva teorica socio-cognitiva nel contesto del Turismo Oscuro, si può affermare che le pratiche socio-strutturali in un sito creano condizioni liminali (una posizione intermedia) favorevoli al disimpegno morale, in cui il turista si trova in un flusso ed è combattuto tra un insieme di convinzioni morali, attuali e precedentemente detenute (Bandura, 1986; 1997).

Analizzare come funzionano questi meccanismi psicologici di disimpegno morale nel settore del Turismo Oscuro può aiutare a comprendere le implicazioni per la condotta morale dei turisti e ad elaborare strategie di management nelle mete precedentemente analizzate con il fine di evitare conflitti, ridurre al minimo i comportamenti trasgressivi dei turisti e promuovere un impegno turistico sobrio e rispettoso.

# CAPITOLO TERZO

## L'Urbex in Italia

*La Natura è un tempio dove incerte parole  
mormorano pilastri che sono vivi,  
una foresta di simboli che l'uomo  
attraversa nel raggio dei loro sguardi familiari.*

*Charles Baudelaire - Corrispondenze*

### 3.1 Urban Exploration nel contesto postmoderno

“illusion of demediating mediation”, un'identità di resistenza all'incantesimo della merce gettato su un pubblico illuso o auto-illuso da una industria culturale, manipolatrice, fornitrice di conformismo, noia e “flight from reality” e l'accettazione post-turistica del simulacro postmoderno (Baudrillard, 1981).

Per approfondire questo aspetto, faccio riferimento al ruolo del turista e del viaggiatore. Il "post-turista" accetta il simulacro offerto dall'industria turistica: vede il turismo come un gioco, come un mix di esperienze autentiche e inautentiche, e riconosce la natura inautentica dell'esperienza turistica e addirittura la abbraccia (Urry, 2002). Tali esperienze offrono al post-turista l'opportunità di evadere, portando a esperienze che sono rappresentative dei simulacri di Bourdieu, essendo iper-reali ed esistendo in un mondo guidato dai media (Feifer, 1985).

Featherstone, ad esempio, sostiene che il post-turista è affascinato dalla vita ordinaria degli altri in un ambiente straordinario (Featherstone, 1994); questa è la chiave del presupposto dell'Urban Exploration: l'opportunità di esplorare vite ordinarie in spazi unici e abbandonati.

In questo contesto entra in gioco il "turista" dell'Urban Exploration che assume l'identità di esploratore (Garrett, (2014). Dodge suggerisce che l'esplorazione urbana può essere vista come un place-hacking, ovvero la

creazione di un open-sourcing della conoscenza di spazi nascosti (Dodge, 2006); questa conoscenza viene poi condivisa attraverso registrazioni fotografiche, alcune come output artistico, altre come indagine di un sito (Taylor, 1994; Bennett, 2011), portando alla produzione di fotografie che illustrano “the aesthetics of decay” (DeSilvey, 2006; Pinder 2005).

Edensor, sostenitore della visione dell'esplorazione urbana come estetismo, suggerisce che la visita di questi siti li trasformi da industriali quotidiani a "esotici" (Edensor, 2005; DeBotton, 2002). Bennett sostiene che gli esploratori urbani siano dei conservatori che cercano di preservare il loro patrimonio edilizio e quindi le indagini fotografiche diventano essenziali nelle loro performance (Bennett, 2011). Le esperienze turistiche sono individualistiche e personali e i turisti tramite esse sono in grado di comprendere meglio i propri loci nel tempo e nello spazio (McIntosh e Prentice 1999; Wang, 1999).

Goffman e Orbuch argomentano che la pubblicazione di resoconti fotografici è una tattica di presentazione di sé; pertanto coloro che cercano siti del ricordo personale sono più propensi a provare esperienze nostalgiche esistenzialmente autentiche che potenzialmente coinvolgeranno tutti i sensi (Goffman, 1997; Orbuch, 1997); analogamente, Wang suggerisce che i turisti che cercano esperienze autentiche sono essenzialmente motivati dalla nostalgia nella ricerca del proprio sé autentico (Wang, 1999):

*«Photographs are never merely visual but in fact conjure up synesthetic and kinesthetic effects, for the visual provokes other sensory responses. The textures and tactilities, smells, atmospheres and sounds of ruined spaces, together with the signs and objects they accommodate, can be empathetically conjured up by visual material.» (Edensor 2005, p16).*

Wearing, Stevenson e Young hanno sottolineato che è attraverso l'incarnazione dello spazio che i turisti acquisiscono nuove conoscenze sulla propria identità e sviluppano un maggiore senso del sé; essi sostengono che per



l'individuo l'esperienza è autentica per il sé ed è affermata e determinata dai confronti e dai contrasti che il viaggiatore fa con sé stesso, con gli altri e con i suoi incontri (Wearing, Stevenson e Young, 2010). Wang ha proposto che l'autenticità esistenziale fornisca una lente migliore attraverso la quale osservare le esperienze turistiche, poiché qualsiasi altra interpretazione dell'autenticità la rende impraticabile come meccanismo attraverso il quale esplorare le motivazioni dei turisti (Wang, 1999). Il concetto di autenticità esistenziale di Nietzsche diventa quindi un quadro importante per esplorare le idee di autenticità dell'Esplorazione Urbana. Quando gli individui esplorano il mondo in cui si trovano, questo codifica sia la loro eredità che il loro destino (Steiner e Reisinger, 2006).

I sentimenti associati alle esperienze esistenziali sono attivati dal processo liminale delle attività che l'individuo ha intrapreso, che sono rafforzate dal fatto che non ci sono le consuete costrizioni imposte al turista dalla sua vita quotidiana (Wang, 1999). Ciò consente al turista di realizzare più facilmente il proprio sé autentico, che spesso viene sperimentato solo all'interno di questa zona liminale. Questa autenticità intra-personale implica la "creazione di sé" o "l'identità di sé", dimensioni implicite nella motivazione turistica (Crouch e Lubren, 2003). Il valore di considerare l'Esplorazione Urbana da questa prospettiva di incarnazione consente ai ricercatori di concentrarsi su gruppi che sono stati emarginati nelle ricerche precedenti e nella pratica accademica (Johnston, 2001; Mott e Roberts, 2014) e sono questi incontri a definire le persone e i luoghi (Buda et al, 2014).

### 3.2 Metodologia

Il presente studio riguarda la descrizione del fenomeno dell'esplorazione urbana e l'indagine della sua estetica. Colloco il fenomeno all'interno della più ampia sfera della metropoli postindustriale, un paesaggio urbano che è stato segnato dalla dismissione industriale e dalla chiusura di istituzioni totali. Il mio

lavoro mira a esplorare il modo in cui gli esploratori urbani o Urbexer comprendono, descrivono e documentano le loro esplorazioni; lo scopo della ricerca è quello di analizzare una pratica non-mainstream che ha guadagnato una massiccia presenza globale online, ma che non è ancora stata presa in seria considerazione nella letteratura accademica.

Un punto focale significativo della mia tesi è l'estetica dello spazio urbano abbandonato e le sue rappresentazioni nella cultura online dell'esplorazione urbana. Intendo il termine "estetica" sia in senso stretto che in senso lato, cioè sia come creazione di opere artistiche che come modalità generale di percezione dell'ambiente vissuto. quest'ultimo aspetto dell'estetica è affrontato nella discussione dell'Urban Exploration come modalità di esperienza nel turismo postmoderno. per quanto riguarda l'attenzione più ristretta all'estetica, il mio lavoro include il maggior numero possibile di esempi di fotografia di esplorazione urbana, comprese le mie fotografie.

Così come Benjamin e Simmel possono essere considerati esploratori urbani "avant la lettre", l'esplorazione odierna può essere vista come un modo per teorizzare e comprendere il paesaggio urbano postmoderno. Molti sostenitori dell'Urban Exploration hanno sviluppato una comprensione sofisticata del passatempo e sono coinvolti nel progetto di reinventare la metropoli attraverso la produzione artistica e modalità alternative di percezione. Poiché esistono pochi lavori accademici che si occupano esplicitamente del fenomeno dell'esplorazione urbana, ho attinto ampiamente alle informazioni disponibili nel dominio pubblico, non accademico, e dagli stessi esploratori.

La mia ricerca indaga le pratiche nascoste e sotterranee dell'esplorazione "reale" della metropoli postmoderna/postindustriale, così come il regno pubblico/visibile ma in gran parte virtuale della comunità dell'Urban Exploration.

Mi sono assicurata di identificarmi chiaramente in tutte le comunicazioni con i membri della comunità Urbex online e mi sono astenuta dal citare i luoghi menzionatami per motivi di rispetto e tutela dei siti stessi.

### 3.2.1 Le interviste

La mia ricerca è stata attentamente progettata per tenere conto delle questioni di riservatezza. Il modulo di consenso informava i partecipanti dei problemi legati alla potenziale visione da parte di terzi delle comunicazioni via Internet. Copie dei documenti relativi alla richiesta sono inclusi nelle appendici alla fine della tesi. Per contattare gli Urbexer ho utilizzato il social media Instagram, affermandosi un collegamento prezioso con la comunità dell'esplorazione urbana, in quanto è servito a stabilire la mia identità nei confronti dell'Urban Exploration e ha permesso ai colleghi esploratori di accedere a maggiori informazioni sulla mia ricerca.

I tre soggetti scelti per lo studio sono stati gli intervistati che hanno manifestato interesse a partecipare a interviste in presenza o tramite l'applicazione di videoconferenze Zoom (condotte in tempo reale). Gli intervistati sono stati selezionati in base alla loro partecipazione alle attività di esplorazione urbana e ai forum della comunità online. Tramite le interviste ho potuto acquisire anche informazioni aggiuntive quali le reazioni dell'altro attraverso il linguaggio del corpo, il tono della voce e altri indizi visivi e verbali che mi hanno permesso di comprendere meglio le risposte.

Ho condotto tre interviste e per avere un'idea generale della "demografia" del mio campione, ho chiesto ai partecipanti alcuni dati di carattere generale quali età e sesso e dalle analisi è risultata una lieve prevalenza maschile e il range di età si colloca tra i 21 e i 39 anni, di seguito riporto ciò che mi è stato riferito:

#### **Gruppo di Java Urbex:**

- Alessio, 24 anni, maschio;
- Jacopo, 29 anni, maschio;
- Andrea, 30 anni, femmina;
- Vania, 36 anni, femmina.

**Gruppo di Urbex Contact:**

- Roberto, 21 anni, maschio
- Anna, 21 anni, femmina
- Alessandro, 26 anni, maschio
- Martina, 30 anni, femmina
- Marco, 33 anni, maschio

**Pier Urbex**, 39 anni, maschio.

Per le interviste, ho realizzato una traccia semi-strutturata contenente domande di varia natura che mi hanno guidato nelle conversazioni; l'ordine e il tipo di domande variavano in base al flusso della conversazione. A volte i partecipanti sollevavano punti interessanti non contemplati nell'elenco e io li seguivo con ulteriori domande. La maggior parte delle interviste è durata circa un'ora.

I partecipanti, come già accennato, sono stati due gruppi e un singolo: partendo dai gruppi abbiamo i ragazzi di Urbex Contact, gruppo di esploratori del territorio Veneto composto da Roberto, Anna, Martina Marco e Alessandro, seguiti dai quattro membri di Java Urbex, Jacopo, Andrea, Vania ed Alessio provenienti dall'Emilia-Romagna ed infine Pier Urbex in solitaria per i territori del Piemonte.

Le interviste di Pier Urbex e del gruppo di Java Urbex, di cui Andrea era la portavoce, si sono svolte attraverso la piattaforma Zoom mentre l'intervista svolta con i ragazzi di Urbex Contact è avvenuta in presenza ed il rappresentante principale del gruppo è stato Roberto, seguito da qualche intervento dei singoli membri.

### 3.2.2 L'esplorazione

Per comprendere maggiormente ciò che mi è stato riferito durante le interviste e svolgere nella pratica l'Attività di Urban Exploration ho richiesto la possibilità di svolgere delle esplorazioni assieme ad un gruppo esperto in materia, ovvero il team di Urbex Contact, con il quale ho potuto visitare 2 mete tra il Veneto e l'Emilia-Romagna, immergendomi maggiormente in questa realtà.

Prima di organizzare l'esplorazione è stata effettuata una fase conoscitiva tra me e il gruppo, in particolare effettuando una videochiamata con un membro della squadra per conoscerci a vicenda e per capire come e se proseguire con l'attività di esplorazione condivisa. Durante "il colloquio" tenutosi via Zoom sono state analizzate brevemente la storia e l'origine dell'attività di Urbex. le fasi dell'esplorazione, e la discussione si è conclusa con una parte riferita alla sezione pratica della visita che ha compreso una spiegazione dettagliata dell'abbigliamento più idoneo da indossare e degli strumenti da possedere durante le esplorazioni.

### 3.3 Definizione e Organizzazione dell'attività di Urban Exploration

Nella prima fase dell'intervista, dopo una breve introduzione allo scopo della stessa, sono state proposte delle domande che potessero permettere all'intervistato di parlare della propria esperienza, riferendosi principalmente alla fase di Organizzazione e programmazione delle esplorazioni. Rilevante è stato anche analizzare le definizioni del termine Urbex che sono state date dagli intervistati, i quali attraverso metafore e citazioni hanno reso l'idea dell'attività che svolgono:

Per Pier l'Urbex è come "un tuffo nel passato, nei ricordi" e tramite questa pratica lui riesce a «fotografare il passato per portarlo al presente» contrariamente

a quanto invece esprime Andrea di Java Urbex che definisce l'Urbex un'emozione e più ampiamente parla di un insieme di emozioni contrastanti fra loro a seconda del luogo che si decide di visitare, dalla tristezza allo stupore, alla meraviglia; l'Urbex può essere anche una «forma d'arte, la ricerca di qualcosa di artistico, qualcosa di particolare, diverso da ciò che si vede tutti i giorni» come descritto dai ragazzi di Urbex Contact. Elemento che accumuna le sensazioni degli intervistati è la libertà di espressione, la passione nel rivivere la storia e la cultura di epoche passate.

### 3.3.1 La scoperta dell'Urbex

Sono risultati interessanti i diversi approcci che hanno portato alla conoscenza del mondo dell'abbandono: la maggior parte degli intervistati ha riportato come fin dalla giovinezza ci fosse un interesse innato in tutto ciò che è decadente e in rovina

*«Nel mio paese d'origine c'è sempre stato questo luogo abbandonato che ho visto in attività, poi ha chiuso per cui fin da piccola mi ha attratto e ho sempre voluto andare dentro (...) ho sempre avuto interesse rispetto a cosa c'è nascosto dietro le porte chiuse» (i ragazzi di Urbex Contact).*

Mi ha stupito particolarmente la dichiarazione di Pier rispetto alla pratica dell'Urbex che, nel suo caso, si è accentuata particolarmente nel periodo post-pandemico

*«Tutti gli hobby che ho sviluppato dopo la pandemia sono cose che mi portano a viaggiare verso l'esterno, probabilmente come reazione all'essere intrappolati nel famoso lockdown» (Pier Urbex).*

### 3.3.2 In gruppo o in solitaria?

Avendo intervistato due categorie distinte di Urbexer, ovvero due gruppi e un singolo ho avuto la possibilità di comprendere anche l'organizzazione che si presenta al momento della formazione del gruppo o della scelta di esplorare in solitaria. È apparso come le uscite in gruppo risultino maggiormente sicure se svolte almeno in coppia rispetto che in solitaria

*«Secondo me è più facile fare Urbex in solitaria per un ragazzo che per una ragazza, non soltanto perché un ragazzo è fisicamente più forte ma perché un ragazzo non viene visto come una preda rispetto a una ragazza (...) mi è capitato di andare in posti abbandonati da sola però diciamo che il divertimento viene un attimo smorzato dalla tensione, dall'essere più allerta e prestare più attenzione a tutto quello che mi accade attorno» (Martina di Urbex Contact).*

Interessante l'intervento di Pier, il quale, nonostante non faccia parte di un gruppo, ha affermato di preferire l'esplorazione con altre persone per via di un fattore di sicurezza reciproca

*«99% delle volte sono con qualcuno, o vado con il mio vicino di casa o con altri.... Ecco molto raramente da solo per vari motivi: 1 il fattore sicurezza perché se sei in più di uno e seri nei casini l'altro o gli altri ti possono aiutare» (Pier Urbex).*

Inoltre, le visite possono essere viste come un metodo sia per svagarsi che analizzare e riflettere sulle opinioni altrui rispetto al luogo che si sta esplorando in materia di storia, oggettistica ma anche riconoscimento delle zone che si ha percorso

*«Ti permette di avere più opinioni su un posto, comunque è divertente fintanto che esplori, quindi avere emozioni, scambiare pareri (...) l'Urbex è un social, quindi, riallacciandomi alla questione della pandemia, sviluppi un modo di socializzare verso l'esterno» (Pier Urbex).*

### 3.3.3 La progettazione

Uno degli aspetti che mi ha incuriosito maggiormente è la suddivisione delle mansioni all'interno di ciascun team. L'organizzazione è abbastanza metodica nel gruppo di Urbex Contact:

*«I ragazzi sono un po' i ricercatori dei luoghi e gli organizzatori delle trasferte, Martina gestisce un po' la parte amministrativa e finanziaria ed io mi occupo dei vari social media (...) poi c'è da dire che, anche se ognuno ha la sua mansione, ci si aiuta, ad esempio Marco mi aiuta nell'editing dei video, nel VoiceOver, in tutta la parte audio essendo lui musicista»  
(Anna di Urbexx Contact).*

Nel gruppo di Java Urbex, Andrea risulta la più attiva nella produzione di contenuti per i loro canali social, aiutata da Alessio, un altro membro del gruppo, Vania si occupa della parte fotografica e Jacopo nella ricerca di possibili luoghi da visitare viene svolta in condivisione

Determinante nel buon andamento del gruppo è sicuramente la fiducia e la comunicazione che si presenta tra i vari membri che, come ha precisato Roberto di Urbex Contact «la squadra è prima un gruppo di amici e poi un team di Urbexer»



*«Se c'è qualche dubbio oppure non si è d'accordo ne parliamo subito perché, ad esempio, oggi Marco voleva visitare una discoteca ma aimè l'unica discoteca abbandonata a Padova è sorvegliata per cui non siamo riusciti a visitarla» (Roberto di Urbex Contact).*

### 3.3.4 La scelta delle mete nella pre-esplorazione

La scelta della meta è una delle fasi, se non la fase più importante prima di svolgere un'esplorazione perché da essa dipende poi il risultato della visita stessa. Questa prima tappa, che possiamo definire pre-esplorazione, comprende tutte le attività necessarie per godersi al meglio la meta, difatti sono presenti vari steps prima di procedere con la visita vera e propria: in primo luogo si sceglie la destinazione principale alla quale poi, nell'itinerario, si affiancano dei posti che, a livello di mappatura, risultino vicini al fulcro centrale dell'esplorazione. Perciò la mappatura svolta in precedenza o durante questa fase è essenziale perché permette di misurare la distanza tra i vari luoghi e allo stesso tempo dà un'idea generale del posto che si andrà a visitare in fatto di accessibilità e pericolosità della visita.

Un altro elemento importante durante il momento di organizzazione è il contatto e la collaborazione con altri Urbexer: come mi hanno riferito tutti gli esploratori, all'interno di questa realtà sono presenti vari canali quali gruppi Telegram, Facebook e Whatsapp che vengono utilizzati per scambiarsi informazioni rispetto alle coordinate di un luogo ma anche per dare consigli e/o accorgimenti su determinati edifici o zone possibilmente esplorabili.

*«Facciamo una mappatura, cioè prendiamo tutte le informazioni di posti (...) quindi se qualcuno vuole andare a visitare qualcosa lo scrive e dice: "allora io vorrei visitare qualcosa in Veneto" vediamo cosa c'è nella mappa in Veneto,*

*dopo richiedi al contatto che te l'ha passato, dicendo: "è ancora disponibile? l'hanno chiuso? si può visitare? eccetera, eccetera» (Pier Urbex).*

*«C'è molta collaborazione in questa parte dell'Urbex, cioè se io sto cercando un posto e ho qualcosa da offrirti, ci può essere un scambio di coordinata molto tranquillo e quindi anche molti posti anche a noi ci sono stati comunque passati da altre persone» (Andrea di Java Urbex).*

Oltre alla collaborazione con altri gruppi di Urban Exploration, una delle attività più svolte per ricercare i posti è semplicemente viaggiando

*«A noi capita in macchina mentre viaggiamo (...) tipo soprattutto io e la mia compagna, come fanno anche poi Jacopo e Alessio, chi non guida, se durante la strada, vedono qualcosa, vanno su Google Maps, vanno a segnare PIN, e così abbiamo poi da andare a riguardare, a modo, il posto» (Andrea di Java Urbex).*

Pier, per rispondere in modo esaustivo alla mia domanda, mi ha proposto una vicenda che gli è capitata durante una giornata ordinaria:

*«Ad un certo punto, durante la strada, vediamo che c'era questa ditta abbandonata e ci siamo fermati: abbiamo trovato il mulino abbandonato, la ditta abbandonata e una cascina, indicata da altri ragazzi del posto. Quindi, insomma, abbiamo trovato tantissima roba. Quindi a volte diventa anche casuale, cioè viaggiando vedi; quindi, insomma, può essere programmato o casuale, se vogliamo dividere in due categorie.» (Pier Urbex).*

Ma allo stesso tempo se esiste questa parte definitasi social e "bianca", all'interno dell'Urbex persiste un'alta competitività nella ricerca di luoghi visitabili, una parte nera, egoistica che riguarda una piccola percentuale di

Urbexer che non condividono le coordinate per mantenere una certa esclusività del contenuto da pubblicare sui social media, una parte che arriva a denunciare altri esploratori se si sente in qualche modo “in pericolo”.

*«La parte nera è quello che si vede un po' del gossip dell'Urbex (...) ci sono sempre diatribe, chi ha preso quella coordinata e chi hai detto che quello è andato in giro a dare una coordinata e allora è stato vandalizzato c'è quella parte lì» (Andrea di Java Urbex).*

### 3.4 Svolgimento dell'esplorazione – l'accessibilità

Nella seconda fase dell'intervista i quesiti hanno riguardato principalmente l'attività vera e propria di Urban Exploration, partendo dall'entrata del luogo abbandonato e dall'analisi dell'accessibilità e nelle emozioni provate durante la visita

*«È anche parte dell'Urbex trovare che sono così, che ti aspetti, magari vedi qualche foto e poi arrivi là e magari è cambiato oppure non è più visitabile come luogo Urbex, è capitato in una casa che siamo stati, pensavamo di ritornarci ma quando ho chiesto delle informazioni mi hanno detto che hanno trovato la porta e la serratura cambiata quindi tutto sommato non è poi così tutto automatico, ti devi un po' informare» (Roberto di Urbex Contact).*

È comune durante un'esplorazione di trovare delle difficoltà a livello di accessibilità ma anche degli ostacoli che impediscono l'accesso all'esterno e all'interno dell'edificio; mi sono stati raccontati degli esempi molto emblematici:

*«Cerchiamo di guardare assolutamente gli ingressi prima, da Google Maps; poi una volta che arrivi, a volte cambia perché non sempre su Google Maps*

*riesci a vedere tutto; quindi, tu magari credi di aver trovato un percorso (...) ci è capitato, ci siamo trovati un fossato, su Maps, questo non c'era, “adesso di là come ci andiamo?””, e li capita, ti fai un giro e cerchi un altro ingresso»*

*(Andrea di Java Urbex).*

*«È capitato l'allarme, in due posti, quella è stata brutta perché non c'è l'aspettano per niente e poi (...) tipo in una villa non c'era la scala, era crollata completamente la scala, quindi siamo dovuti diciamo arrampicare per arrivare al piano di sopra» (Andrea di Java Urbex).*

Un metodo messo in atto dei ragazzi di Urbex Contact è la progettazione di un itinerario per evitare di “perdere” una giornata per via di un'impossibilità di accesso

*«Di solito non progettiamo mai un unico posto anche per questo rischio, di solito ne prepariamo 3 o 4 poi magari ne facciamo due (...) Si diciamo che la scaletta può andare da due posti se son grandi ma può arrivare anche a sei-sette, dipende dalla grandezza del posto, dipende da cosa c'è nel posto dipende dov'è» (Ragazzi di Urbex Contact).*

#### 3.4.1 le emozioni

Durante le interviste sono trasparse molte emozioni contrastanti fra loro, dalla meraviglia alla tristezza, dall'inquietudine all'eccitazione; emozioni che fluttuano da una stanza all'altra e mutano nel tempo che si trascorre all'interno di un luogo ma anche nell'occasione di poterlo rivisitare e rivivere a distanza di mesi o anni. Queste sensazioni personali toccano più profondamente se la visita viene realizzata in una meta di maggiore interesse per l'esploratore per motivi di tipologia di edificio o legame affettivo con il luogo: chi preferisce visitare

discoteche o bar, chi invece è più attratto da castelli e strutture architettoniche ed artistiche, chi da ospedali o fabbriche e chi da basi e stabilimenti militari.

*«Manicomio che, come siamo entrati, ci è arrivata una botta di angoscia anche perché siamo entrati praticamente subito nella camera mortuaria, ci siamo trovati il frigo tutta quella roba che è rimasta lì e anche le stanze stesse e quello che è rimasto perché in gran parte è stato anche bruciato (...) ci siamo persi quella volta lì, è veramente immenso, si era fatto buio e continuavamo a girare in torno (...) non so se hai mai visto il film Esp – fenomeni paranormali... ecco ci sembrava di essere come nel film dove l'ospedale cambia e tu giri e trovi sempre le stanze diverse, quindi io dopo un'ora che non trovavo l'uscita ho detto: "apposto siamo entrati nel film Esp e adesso moriremo qua dentro»  
(Andrea di Java Urbex).*

*«La paura sembra che sovrasti tutti gli altri sentimenti perché questo trascende, nel senso si collega, alla paura dell'uomo che ha verso l'ignoto (...) quando tu vai in un posto abbandonato è come andare nell'ignoto; il buio e l'ignoto si dice sono paure ataviche, che quindi sono paure che l'uomo ha fin dalla notte dei tempi» (Pier Urbex).*

*«C'è un'eccitazione, c'è una scarica di adrenalina che arriva dal momento in cui entri perché vai a fare qualcosa di rischioso (...) Io adoro le ville e i castelli perché questa decadenza del lusso sono due contrasti che si incontrano, il lussuoso e il decadente ed è una situazione che mi suscita al contempo meraviglia e tristezza e malinconia che poi è quello che vado a cercare quando fotografo, quando guardo foto e video e pensare: "accidenti, qui una volta vivevano delle persone che avevano un determinato stile di vita o semplicemente avevano delle abitudini e ne vediamo le tracce"»  
(Ragazzi di Urbex Contact).*

Spesso e volentieri la predilezione per un luogo è legata all'attività lavorativa che viene praticata del singolo esploratore

*«Io mi ributto nel campo musicale, io discoteca abbandonata perché so come funzionava prima di essere abbandonata, avendoci fatto parte quindi so cosa c'era dietro, com'è l'impianto e l'emozione che provo? è quasi quella del rimpianto perché so cosa c'era sotto» (Marco di Urbex Contact).*

*«Abbiamo visitato un bar luoghi di ristorazione, infatti, la mia compagna è barista, c'è capitato di visitare delle fabbriche delle aziende noi, io e Jacopo lavoriamo in delle fabbriche quindi anche vedere certe strumentazioni oppure quando abbiamo trovato un muletto abbandonato... c'è tutte cose che noi conosciamo bene» (Andrea di Java Urbex).*

### 3.4.2 Gli aspetti legali

Argomento controverso è quello della legalità che ho voluto trattare con estrema cautela con gli intervistati perché va ad influire molto nella percezione dell'Urban Exploration, spesso paragonata al vandalismo o all'utilizzo improprio degli immobili, come mi è stato evidenziato da più di un intervistato:

*«Semplicemente, perché magari alcuni vicini dicono: “bhe ma da lì entra ed esce troppa gente: che fanno? esplorano o lo usano come piazza di spaccio?”» (Pier Urbex).*

Allo stesso tempo l'esplorazione urbana può essere definita, come citato da Martina di Urbex Contact un «un crimine senza vittima» in quanto non va a danneggiare un luogo ma l'unica cosa che viene violata è un astratto principio, ovvero il diritto di un proprietario di impedire l'accesso alla propria proprietà,

però, come lei fa notare, dagli stati del luogo si può comprendere l'interesse del proprietario per il luogo stesso e ciò fa sorgere una domanda più che corretta: "cos'è che andiamo a fare di sbagliato?"

Pier sottolinea maggiormente il suo pensiero rispetto a tale problematica rifacendosi alle leggi:

*«Dalle mie ricerche è legale fare Urbex (...) la legge ovviamente dice che non si può entrare in una proprietà privata perché è violazione del domicilio, poi, però, la legge va in realtà interpretata, perché dopo si sollevano le sfaccettature: il posto abbandonato puoi visitarlo se non vandalizzi all'interno, se non lo occupi e se non rubi» (Pier Urbex).*

Mentre Andrea esplicita la sua opinione con un esempio molto semplice:

*«È una violazione se vieni trovato con delle tenaglie e c'è un lucchetto a terra rotto, e, allora, lì, te ne stai anche zitto e ti prendi la denuncia, perché quella è violazione di proprietà privata, perché io la casa l'ho chiusa e l'ho resa non accessibile agli altri» (Andrea di Java Urbex).*

Nonostante la maggior parte degli intervistati ha espresso un parere negativo nei confronti dei proprietari dei luoghi abbandonati, è stato interessante ascoltare l'esperienza del team di Java Urbex, il quale ha conosciuto la proprietaria di una villa che si è resa disponibile nella visita della struttura ma anche nel raccontare la storia del luogo e la motivazione che ha portato la villa a ridursi in uno stato di decadenza tale:

*«Lei ci ha proprio dato la consapevolezza che magari non è sempre menefreghismo o non interesse, a volte ci sono delle difficoltà grandi alla base: questa signora aveva ereditato la villa insieme ai soldi per ristrutturarla ma il fratello mangiò tutta l'eredità e lei rimase senza niente, con una villa immensa*

*che stava cadendo a pezzi (...) nel frattempo se la villa non viene curata a le condizioni atmosferiche la rovinano, non ci si può fare granché perché se non la ristruttururi e se non hai fondi lei rimane lì e continua a peggiorare nel tempo (...) ci ha proprio aperto un mondo questa persona» (Andrea di Java Urbex).*

### 3.5 La post-esplorazione

La fase di post-esplorazione risulta essere molto importante a livello comunicativo perché oltre a permettere agli Urbexer di conoscere maggiori informazioni dei luoghi visitati, si collega alla parte di condivisione, principalmente tramite le piattaforme social, di ciò che hanno visto e sperimentato.

Questa tappa permette agli esploratori di comparare un luogo in caso di doppia esplorazione e di analizzare quali cambiamenti in positivo o in negativo sono avvenuti: Roberto ha espresso un'osservazione notevole in merito alle trasfigurazioni che spesso si presentano all'interno di un luogo abbandonato, ad esempio la distinzione tra luogo vandalizzato e luogo lasciato all'abbandono vero e proprio; per entrambe le distinzioni verrà proposto del materiale fotografico che vuole rappresentare il trascorrere del tempo nel contesto dell'abbandono e la differenza di oggettistica presente all'interno di una cappella durante due esplorazioni effettuate a distanza di tempo.





*Figura 1 - Villa della Reliquia*

*La reliquia era conservata nella cappella della villa in un edificio esterno. L'immagine a sinistra risale a marzo 2022 mentre quella a destra a settembre 2022. Dalle due immagini si può capire il danno svolto dai vandali nell'arco di poco tempo*



*Figura 2 - Villa Sgaravatti - Luglio 2021*

*Esplorata da Roberto di Urbex Contact nel 2021 dove si può vedere un abbandono ancora in una fase precoce*



*Figura 3 - Villa Sgaravatti - Agosto 2023*

*Esplorata durante l'uscita in collaborazione con i ragazzi di Urbex Contact ad Agosto 2023. La villa si presenta in una fase abbastanza notevole di abbandono per via degli agenti atmosferici, la poca cura del bene e soprattutto per due incendi avvenuti durante gli anni, che hanno distrutto la parte interna e il soffitto delle barchesse.*

### 3.5.1 gli aspetti etici

L'eticità può essere vista da due punti di osservazione, quella rappresentata dalle azioni o non azioni compiute dal proprietario, tramite le quali viene rappresentata la tutela nei confronti del bene e il fine ultimo che si attribuisce al bene stesso e quella evidenziata dagli Urbexer stessi, come già rimarcato da Roberto e da Andrea rispetto alla consapevolezza di mantenere i luoghi il più possibile invariati nella struttura e nel materiale e manufatti presenti all'interno. Rispetto alla prima considerazione Marco di Urbex Contact fa una notazione particolarmente interessante rispetto ad una piccola nicchia di proprietari:

*«C'è una piccola realtà per fortuna che sta succedendo nel senso che magari una villa di lusso può essere che il proprietario tenda addirittura a fare andare la sua proprietà in degrado per perdere il discorso "lusso" o storico, per poter in un futuro ristrutturare, perdendo i vincoli storici»*

*(Marco di Urbex Contact).*

Dalle interviste è emersa una forte dedizione nei confronti dei luoghi che vengono visitati e una cura nella preservazione della meta stessa. Collegato a ciò si può notare l'estrema riservatezza che si vuole dare ai luoghi Urbex, mantenendo l'anonimato delle località esplorate e condividendo le coordinate solamente con colleghi di fiducia; un esempio molto interessante è sicuramente l'esperienza che mi ha portato Andrea durante il montaggio dei video per il loro canale YouTube:

*«Io quando monto i video ci perdo le ore perché qualunque dettaglio che possa riportare alla posizione io lo vado a censurare»*

*(Andrea di Java Urbex).*

*«Magari (nei social media) metto “Urbexland” oppure metto un generico “Lombardia” ma non vado a specificare il posto, per paura che dopo le cose possano prendere un'altra piega, cioè che possa essere vandalizzato oppure magari non so possa essere preso di mira» (Pier Urbex).*

Marco ha voluto precisare la sua esperienza con gli enti statali in merito di tutela e ristrutturazione dei beni che ormai sono in decadenza e possono risultare un pericolo per la vita cittadina:

*«A me è capitato da un po' più piccolo di vedere un luogo abbandonato e aver cercato di andare fino in fondo e purtroppo spesso come succede nella mia città sento dire che o c'è un rimpallo di proprietà oppure cause di fallimento magari che durano anni oppure luoghi spesso comunali o statali, spesso mi sono sentito dire: “si ok abbiamo quel luogo lì ma non abbiamo i soldi per ristrutturarlo” oppure “abbiamo i soldi ma non sappiamo cosa farne” quindi per forza di cose non c'è la capacità o le finanze per ristrutturarli dall'inizio» (Marco di Urbex Contact).*

### 3.5.1 la popolarità dei social media

I social media nel panorama Urbex hanno un valore molto importante sia dal punto di vista della condivisione e di tutela dei luoghi, sia un lato di competitività estremizzata che porta il più delle volte a situazioni che compromettono il luogo e talvolta lo rendono più visibile ai vandali.

Dall'analisi delle interviste possiamo confermare come l'Urbex possa essere considerato una piccola nicchia di turismo o di Dark Tourism e di conseguenza subire lo stesso ciclo di vita di una località turistica qualsiasi:

*«Essendo Urbex una corrente forse il lato negativo non sono magari i posti che in questo momento sono in voga (...) a volte è anche una fortuna poterli visitare perché da un momento all'altro potrebbero chiudere e comunque c'è tanta competizione, chi: "eh sono andati prima loro, loro sono stati gli ultimi, loro i primi", quindi c'è tanta competizione purtroppo (...) Urbex è anche invidia, tanta invidia» (Ragazzi di Urbex Contact).*

In riferimento a ciò appena citato ci si può spostare verso ciò che invece Andrea definiva la parte nera dell'Urbex, della scalata al successo che molto spesso porta ad una poca attenzione della qualità dei propri contenuti sui social media, scatenando delle conseguenze dannose per la reputazione della persona ma soprattutto per il luogo che è stato messo in mostra

*«Questa condivisione porta anche all'emulazione, soprattutto da parte di magari persone anche più piccole (...) porta anche a un rischio come ti dicevo prima, che se questa cosa non la si fa con la giusta consapevolezza, puoi fare veramente danni. Adesso poi farsi seguire sui social è tanto difficile quanto facile, cioè se hai la botta di fortuna, ti va qualcosa virale diventi popolare, dopo sei veramente un pericolo per Urbex, secondo me, per i posti abbandonanti» (Andrea di Java Urbex).*

Sempre Andrea ha denunciato il fatto che più si cerca un successo in questo settore più capita che si metta da parte l'etica e la tutela rispetto ad un possibile profitto e status

*«Ci sono determinate persone che rubano e c'è stata la prova evidente, diciamo che chi è in questo mondo lo sa perché ha proprio mostrato varie cose quindi si sa, gente che fa contenuti senza la consapevolezza di cosa sta realmente facendo perché lo fa solo ed esclusivamente per tirare su visualizzazioni, like e*

*quindi un profitto e quindi queste persone tendono a fare video con poca testa»  
(Andrea di Java Urbex).*

Nonostante le “critiche” e i lati negativi che questa attività può presentare, sono visibili anche dei lati favorevoli alle mete stesse

*«Un lato positivo dell'incremento dato dai social media all'Urban Exploration è sicuramente magari raggiungere anche delle autorità o fare più conoscenza su questi luoghi, comunque si c'è un aspetto positivo. Se fatto nel modo corretto è, secondo me, molto positivo, perché poi a furia di vederlo qui, vederlo lì, guardalo là... certi posti son stati recuperati»*

*(Andrea di Java Urbex).*

Per concludere inserirei anche lo stimolante commento di Pier rispetto al suo metodo di intrattenimento collegato ad un'analisi dell'attenzione che si può prestare rispetto un determinato soggetto, in questo caso i luoghi abbandonati

*«Ti direi l'aspetto dell'Urbex e dell'intrattenimento. Ultimamente io faccio dei Meme Urbex su base delle foto dei Simpson quindi sfrutto il fatto della contestualizzazione dei Simpson per poi adattarla al lato Urbex. Il fatto dell'intrattenimento attraverso i social può essere diverso rispetto agli altri; ecco un'altra cosa che faccio è mettere i quiz sull'Urbex perché se la gente che guarda ma non interagisce, è un po' come in classe: se la gente ti guarda per un'ora ma non interagisce dopo un po' si annoia, se invece la gente ti guarda ma poi ha la possibilità di interagire allora sta attenta e anche sui social è la stessa cosa. Devi interagire con loro in qualche maniera... con quiz oppure con boh “cosa ne pensate di questa villa?” “meglio la villa A o la villa B?” e anche da lì il fatto di, questa è un'altra possibilità per la condivisione delle idee e del pensiero». (Pier Urbex).*

### 3.6 La mia esperienza

Per concludere al meglio questa mia ricerca ho voluto mettere alla prova anche me stessa svolgendo un'esperienza che ho potuto compiere grazie ancora una volta alla disponibilità e fiducia del gruppo Urbex Contact che mi ha permesso di cimentarmi in ciò che avevo già appreso durante gli interessanti racconti venuti a galla nelle interviste. Partendo dall'abbigliamento utilizzato comprensivo di pantaloni lunghi, maglia, guanti e scarponi da montagna per evitare le problematiche che possono presentarsi durante un visita: erba alta, rovi, cocci di vetro, polvere e sostanze tossiche; per arrivare agli strumenti da utilizzare come la torcia che è stata una compagna durante l'esplorazione dell'ospedale in cui non era presente la corrente elettrica e molte stanze erano in penombra e infine walkie talkie con i quali comunicavamo nel caso ci si separava in gruppetti più piccoli oppure se c'erano stanze più rilevanti da visitare.

Nel complesso l'esperienza mi ha permesso di provare molte emozioni e allo stesso tempo mi ha concesso di immedesimarmi in ciò che provano gli Urbexer durante le esplorazioni ovvero la quiete, la sensazione che il tempo si fosse fermato ma anche l'adrenalina e la "paura" dell'ignoto. Inoltre, è stato interessante osservare come i ragazzi di Urbex Contact si muovessero e su quali manufatti prestassero più attenzione: chi più sui manuali di medicina, chi più sulle pastiglie e chi ancora all'interno della cappella dell'ospedale ha voluto analizzare attentamente i materiali che venivano utilizzati in preparazione alle celebrazioni ecclesiastiche.



*Figura 4 - Corridoio dell'ospedale*



*Figura 5 - Camera di un paziente*



*Figura 6 - Sala del dentista*





Figura 7 – Giornali di Medicina



Figura 8 - Cappella dell'Ospedale – vista di fronte



*Figura 9 - Cappella dell'ospedale - vista dall'altare*

Durante il tragitto in macchina ho potuto conversare con due dei ragazzi rispetto al primo luogo che avevamo visitato la mattina e le informazioni, molto affascinanti che mi sono state date erano di carattere storico rispetto all'apertura dell'ospedale e alla sua funzione negli anni, fino alla sua chiusura; tutto ciò però era interrotto da esclamazioni quali "Urbex?" e dopo una risposta affermativa da parte di un altro membro del team ho notato come i ragazzi si soffermassero a vedere quel rudere o quella ditta che poteva essere abbandonata e segnalarla nel loro elenco di Google Maps per una futura mappatura e visita, mettendo quindi in pratica ciò che mi avevano precedentemente raccontato nelle interviste sia loro e gli altri partecipanti

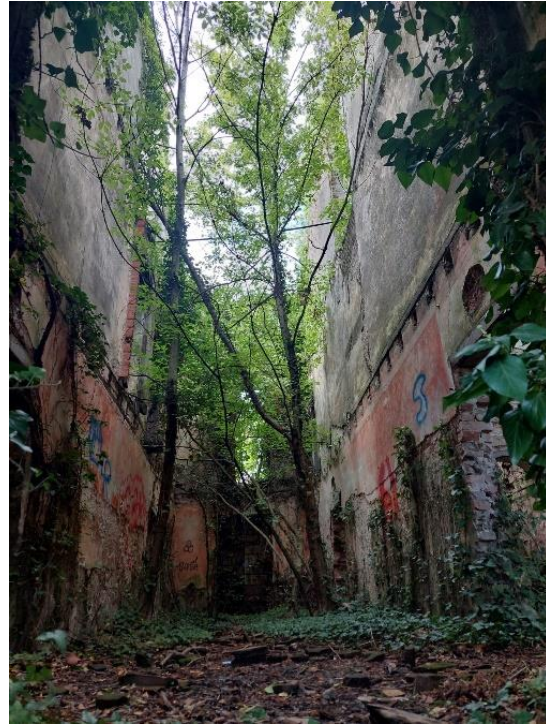
La seconda esplorazione mi ha suscitato delle emozioni molto più intense rispetto alla prima perché si trattava di una villa ormai decadente, dove la natura ha ripreso il possesso del proprio territorio e si poteva notare la negligenza nel ristrutturarla o nel raderla al suolo.



*Figura 10 – Villa Sgaravatti – Esterno della barchessa*



*Figura 11 - Villa Sgaravatti – interno della barchessa*



*Figura 12 - Villa Sgaravatti - Interno barchessa*

### 3.7 Considerazioni

Intervistando gli Urbexer, ho scoperto che condividiamo un alto grado di riflessione filosofica e concordiamo su spiegazioni articolate della particolare attività dell'Urbex.

In netto contrasto con le rappresentazioni mediatiche degli esploratori come incauti, alla ricerca di adrenalina o del rischio, le persone con cui ho parlato hanno mostrato una devozione per i luoghi che esplorano e il desiderio di comunicare i loro modi di capire e vedere. A ogni discussione, mi sono meravigliata sempre di più del parallelismo tra le mie preoccupazioni accademiche e ciò che i partecipanti hanno portato alle interviste.

Forse la parola che userei per caratterizzare le interviste che ho condotto sarebbe generosità. Ho trovato un gran numero di persone disposte ad aiutarmi, a chiacchierare con me e a fare interviste. Molti hanno espresso un sincero interesse per il mio progetto. Le interviste stesse sono state molto articolate, aperte e oneste. Ho trovato sorprendente il desiderio di impegnarsi, di filosofeggiare e di lavorare davvero sodo per farmi capire.

Essendo stata la prima esperienza con questa realtà ho apprezzato moltissimo la gentilezza e disponibilità dei gruppi che mi hanno permesso di svolgere tale attività;

Durante la fase di ricerca ho ricevuto diversi dinieghi da parte degli ipotetici partecipanti alla mia richiesta di esperienza sul campo per via di materie quali la legalità e soprattutto la responsabilità; ciò mi ha fatto capire che, sebbene l'Urban Exploration sia un'attività in largo sviluppo, persiste ancora una certa attenzione nei confronti di questa nicchia di turismo.

## CONCLUSIONI

Al termine di questo mio elaborato ciò che più è stato rilevante è stato conoscere e scoprire i punti di vista, le opinioni e i racconti degli intervistati comparandoli con l'analisi del contesto postmoderno svolta nei capitoli precedenti.

Dalla ricerca si evince l'attrazione per la sfera oscura dell'esistenza che riguarda la collettività da che esiste, plasmando delle sensibilità che, consolidate nel periodo del Romanticismo, sono giunte sino al contemporaneo.

Il dibattito su questi temi trova oggi nel concetto di "spazio liminale" una propria possibile collocazione. Il tema del Dark Tourism e più nello specifico dell'Urban Exploration, da questa prospettiva, può costituire come si è visto un'interessante chiave di lettura per interpretare i mutamenti che interessano la società contemporanea, problematizzando innanzitutto il rapporto tra l'essere umano e la dimensione liminale della morte.

Un ruolo importante è svolto anche dai media: le immagini sui social e la loro estetica malinconica e nostalgica porta le persone ad avvicinarsi al tema e a volerlo conoscere; ed è sempre grazie ai media che i luoghi abbandonati o accerchiati da un grande mistero vengono presi d'assalto dai turisti: i siti marchiati dalla decadenza, in questo senso, diventano delle occasioni per osservare quello che siamo soliti guardare su Instagram o YouTube, e per capire realmente cosa c'è dietro l'abbandono e la trascuratezza di un edificio e alla ricerca della storia stessa del luogo: il desiderio di sapere, che caratterizza la nostra epoca, tramite la pratica del Dark Tourism, tocca il suo apice.

Si potrebbe affermare che una delle difficoltà di questo fenomeno risieda nei processi di mercificazione, che sembrano sfidare di continuo le esperienze liminali, trasformandole e mettendo in discussione gli aspetti autentici, sino a ridurle a beni di consumo.

Il lavoro è ampiamente critico nei confronti del settore del patrimonio culturale, in particolare per quanto riguarda la misura in cui esso limiti le opportunità di abbracciare l'autenticità di un luogo. Questa argomentazione non è fatta per denigrare il valore del settore ma per fornire una ragione ad alcuni viaggiatori per cercare adito di creare e consumare le proprie esperienze. La natura inautentica del patrimonio e i miti creati dall'industria del turismo in generale sono in netto contrasto con l'esplorazione di un edificio abbandonato: l'argomento centrale è che questi siti offrono al visitatore (esploratore urbano) un'esperienza più liminare che può, a sua volta, generare esperienze nostalgiche successive.

L'esplorazione urbana elimina le protezioni dell'industria turistica ufficiale e offre ai viaggiatori l'opportunità di tornare a essere esploratori, accettando alcuni rischi associati alle loro esperienze di viaggio; è per questo motivo che l'Esplorazione Urbana è "oltre il turismo", un'attività che è turismo, ma è anche esplorazione, intrisa di aspetti del Turismo Oscuro e del turismo culturale, e con una particolare attenzione alla fotografia.

Inoltre, suggerisco che è impossibile scoprire una vera autenticità storica; propongo invece che l'unica autenticità che si può trovare negli spazi turistici e non, sia l'autenticità esistenziale, un insieme autodefinito e auto-localizzato di esperienze e incarnazioni che ci aiutano a definire il nostro posto nel mondo (Crouch e Lubren, 2003). Il ruolo del Turismo Oscuro, ad esempio, come già detto, è in parte guidato dal bisogno di razionalizzare e comprendere l'inevitabilità della morte. Molti siti di Esplorazione Urbana sono luoghi di oscurità ed è razionale collegare il bisogno di autenticità esistenziale in questi luoghi con il bisogno di metodizzare la morte e solo collegando queste attività possiamo trovare una forma di autenticità esistenziale che rifletta le vite individuali e l'inevitabilità della morte all'interno di esse.

In conclusione, sostengo anche che la mia ricerca e i metodi che ho adottato arrivino ad un punto che riconosce, da una prospettiva turistica, le questioni evidenziate dai vari autori citati nell'elaborato e che l'analisi sul mondo

dell'Urban Exploration, nella forma in cui è presentata, illustri una distinta complicità con quanto proposto circa la società postmoderna e il tema del Dark Tourism.

Propongo inoltre che la lente della ricerca, soprattutto qualitativa ed etnografica, sia uno strumento utile per esplorare le esperienze turistiche. Così la mia ricerca si concentra sempre più sulla soggettività umana, su una molteplicità di ruoli, su una notevole incertezza e su una nuova fluidità nello spiegare ed esplorare l'Urban Exploration e gli Urbexer





## Bibliografia

- Aquino, K., Freeman, D., Reed, A., Lim, V. K. G., & Felps, W. (2009) *Testing a social cognitive model of moral behavior: The interactive influence of situations and moral identity centrality* Journal of Personality and Social Psychology, 97(1), pp. 123–141
- Ashworth, G. J. (2004) *Tourism and the Heritage of Atrocity: Managing the Heritage of South African Apartheid for Entertainment* in: T. V. Singh, New Horizons in Tourism: Strange Experiences and Stranger Practices. CAB International pp. 95-108.
- Augé, M. (1995) *Non-Places: Introduction to an Anthropology of Supermodernity* Verso Books, London
- Augé, M. (1996) *Paris and the Ethnography of the Contemporary World*, in M. Sherringham (ed.) Parisian Fields. Reaktion, London, pp. 175–181
- Augé, M. (1997) *La Guerre des rêves: exercices d'ethno-fiction* Seuil, Paris
- Augé, M. (1998) *A Sense for the Other*, Stanford University Press, Stanford
- Augé, M. (2004) *Perché viviamo?* Meltemi Editore, Milano
- Baillie, B., Chatzoglou, A. & Taha, S. (2010) *Packaging the past: the commodification of heritage* Heritage Management, 3, pp. 51-71
- Bandura, A. (1986) *Social foundation of thought and action: A social-cognitive view* Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ
- Bandura, A. (1991) *Social cognitive theory of moral thought and action* in: W. M. Kurtines & J. L. Gewirtz (Eds.), Handbook of moral behavior and development: Theory, research and applications Erlbaum, Hillsdale, Vol. 1, pp. 71–129

- Bandura, A. (1997) *Self-efficacy: The exercise of control* Freeman, New York
- Bandura, A. (1999) *Moral disengagement in the perpetration of inhumanities* Personality and Social Psychology Review, 3(3), pp. 193–209
- Bandura, A. (2002) *Selective moral disengagement in the exercise of moral agency* Journal of Moral Education, 31(2), pp. 101–119
- Bandura, A. (2004) *Selective exercise of moral agency* In Thorkildsen, T.A., & Walberg, H.J. (Eds.), *Nurturing morality* Springer, Boston, pp. 37–57
- Bandura, A. (2016) *Moral disengagement: How people do harm and live with themselves* Worth Publishers, New York
- Bandura, A., Barbaranelli, C., Caprara, G. V., & Pastorelli, C. (1996) *Mechanisms of moral disengagement in the exercise of moral agency* Journal of Personality and Social Psychology, 71(2), pp. 364–374
- Baudelaire, C., (2014) *I Fiori del male* Newton Compton Editori, Roma
- Baudelaire, C. Guglielmi G., Raimondi, E. (2018). *Il pittore della vita moderna*, Abscondita, Milano
- Baudrillard, J. (1983) *Simulations* Semiotexte New York
- Baudrillard, J. (1996a) *Il delitto perfetto. La televisione ha ucciso la realtà?* Raffaello Cortina Editore, Milano
- Baudrillard, J. (1996b) *Disneyworld Company* Liberation, Paris
- Baudrillard, J. nell'intervista di Sonia Younan, ottobre 1983, in Baudrillard, J. (a cura di Codeluppi, V.), 1987. *Il sogno della merce* Lupetti & Co, Milano
- Bauman, Z. (1988) *Is There a Postmodern Sociology?* In *Theory, Culture & Society* 5 pp. 217-237
- Bauman, Z. (1993) *Postmodern Ethics* Blackwell, Oxford

- Bauman, Z. (2000a) *Liquid Modernity* Polity Press, Cambridge
- Bauman, Z., (2000b) *Tourists and Vagabonds: Or, Living in Postmodern Times*. In: Identity and Social Change, ed. by J. E. Davis, Transaction Publishers, New Jersey pp. 13-26
- Bauman, Z. (2003) *The tourist syndrome: An interview with Bauman* in A. Franklin. Tourist Studies
- Bauman, Z (2005) *Liquid life* Polity Press, Cambridge
- Bauman, Z. (2008) *Consumo, dunque sono* Editori Laterza, Roma
- Bauman, Z. (2009) *Paura liquida* Editori Laterza, Roma
- Bauman, Z. (2014) *Vita liquida* Editori Laterza, Roma
- Beck, U. (1992) *Risk society: Towards a new modernity* (Vol. 17) SAGE Publications, London
- Beck, U., Giddens, A., Lash, S., (1999) *Modernizzazione riflessiva. Politica, tradizione ed estetica nell'ordine sociale della modernità* Asterios, Trieste
- Bell, D. (1976) *The Cultural Contradictions of Capitalism* Heinemann, London
- Bennett, L. (2011) *Bunkerology – a case study in the theory and practice of Urban Exploration*. Environment and Planning D: Society and space. 29 pp131-46.
- Biran, A., Poria, Y., & Oren, G. (2011) *Sought experiences at (dark) heritage sites* Annals of Tourism Research, 38(3), pp. 820–841
- Black, P. (2000) *Sex and travel: making the links*. In: Tourism and Sex: Culturale, Commerce and Coercion, ed. by Clift, S., Carter S. Pinter: London and New York

- Blom, T. (2000) *Morbid Tourism - a postmodern market with an example from Althorp* Norsk geogr. Tidsskr 54 pp. 29-36
- Bowman, M. S., & Pezzullo, P. C. (2009) *What's so 'dark' about 'dark tourism'? Death, tours, and performance* Tourist Studies, 9(3), pp. 187–202
- Buda, D. M., & McIntosh, A. J. (2013) *Dark tourism and voyeurism: Tourist arrested for "spying" in Iran* International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research, 7(3), pp. 214–226.
- Buda D.M., d'Hautserre, A, and Johnston, L. (2014) *Feeling and tourism studies* Annals of Tourism Research 46 pp102-114
- Castells, M. (2001) *Internet galaxy* Oxford University press, Oxford
- Clark, L. B. (2014) *Ethical spaces: Ethics and propriety in trauma tourism* in: B. Sion (Ed.), *Death tourism: Disaster sites as recreational landscape* Seagull, London, pp. 9–35)
- Cohen, E. (1988) *Authenticity and Commoditization in Tourism*. Annals of Tourism Research, 15, pp. 371-386
- Cohen, E. (1995) *Contemporary Tourism – trends and challenges* in *Change in Tourism. People, Places and Processes*, ed. by Butler, R. - Pearce, D. Routledge, London
- Collins, R., (2010) *Rituale dell'interazione e conflitto* Ipermedium Libri, Caserta
- Crouch D. and Lubren, N. (2003) *Visual Culture and Tourism* Berg, Oxford
- Dale, C., & Robinson, N. (2011) *Dark tourism* in: P. S. Robinson Heitmann, & P. U. C. Dieke (Eds.), *Research themes for tourism* CABI, Wallingford, pp. 205–217

- Dann, G. M. S. (1995) *Tourism: the nostalgia industry of the future* in. Theobald, William, F. *Global Tourism* Butterworth-Heinemann Oxford pp. 35-37
- Dann, G., Cohen, E. (1991) *Sociology of Tourism*. *Annals of Tourism Research* 18 pp. 155-169
- DeBotton, A. (2002) *The Art of Travel* (1st Ed.) Penguin, London
- Denham, J., (2016) *The commodification of the criminal corpse: 'selective memory' in posthumous representations of criminal Mortality*, 21:3, pp. 229-245
- Derrida, J. (1997) *Of Grammatology* John Hopkins University Press, Baltimore
- DeSilvey, C. (2006) *Observed decay: Telling stories with mutable things* *Journal of Material Culture* 11(3). pp. 318–338
- Detert, J. R., Trevino, L. K., & Sweitzer, V. L. (2008) *Moral disengagement in ethical decision making: A study of antecedents and outcomes* *Journal of Applied Psychology*, 93(2), pp. 374–391
- Dodge, M. (2006) *Exposing the Secret City: Urban Exploration as Space Hacking* University of Manchester seminar
- Dunkley, R. A., Morgan, N., & Westwood, S. (2007) *A shot in the dark? Developing a new conceptual framework for thanatourism* *Asian Journal of Tourism and Hospitality*, 1(1), pp. 54–63
- Durkheim, É., (1898) *Individual and Collective Representation in Sociology and Philosophy* (1974) Free Press, New York
- Durkheim, É., Guiducci, R., Scramaglia, R. (2007) *Il suicidio. Studio di sociologia* Rizzoli, Milano

Durkheim, É., Pizzorno, A. (1971) *La divisione sociale del lavoro* Edizioni di Comunità, Milano

Durkheim, É., (2013) *Le forme elementari della vita religiosa. Il sistema totemico in Australia* Mimesis, Sesto San Giovanni

Edensor, T. (2005) *Industrial Ruins: Space, Aesthetics, and Materiality* UK Berg Oxford

Featherstone, M., (1994) *Cultura del consumo e Postmodernismo* Seam, Roma

Feifer, M., (1985) *Tourism in History: From Imperial Rome to the Present* Stein and Day, New York

Foley, M. & Lennon, J. J. (1996) *Special Issue: Dark Tourism* International Journal of Heritage Studies 2(winter 4) pp. 194-244

Frimer, J. A., & Walker, L. J. (2009) *Reconciling the self and morality: An empirical model of moral centrality development* Developmental Psychology, 45(6), pp. 1669–1681

Fromm, E. (1976) *To have or to be?* Harper e Row, New York

Fukuyama, F. (2006) *The end of history and the last man* Penguin, London

Garcia, B. R. (2012) *Management Issues in Dark Tourism Attractions: The Case of Ghost Tours in Edinburgh and Toledo* Journal of Unconventional Parks, Tourism & Recreation Research, 4(1), pp. 14-19

Garrett, B. L. (2014) *Undertaking recreational trespass: urban exploration and infiltration* Geography Compass 4/10 2010. pp.1448-1461

Giddens, A. (1985) *The Construction of Society: Outline of a Theory of Structuration* University of California Press, Berkeley

- Giddens, A. (1990) *The Consequences of Modernity* Stanford University Press, Stanford
- Giddens, A. (1991) *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age* Stanford University Press, Stanford
- Goffman, E., (1997) *La vita quotidiana come rappresentazione* Il Mulino, Milano
- Habermas, J. (1985) *Questions and Counterquestions* in Habermas and Modernity, edited by Richard J. Bernstein. MIT Press, Cambridge pp. 192-216
- Habermas, J. (1987) *Lectures on the Philosophical Discourse of Modernity* MIT Press Cambridge
- Haidt, J. (2001) *The emotional dog and its rational tail: A social intuitionist approach to moral judgment* Psychological Review, 108(4), pp. 814–834
- Haidt, J., & Graham, J. (2007) *When morality opposes justice: Conservatives have moral intuitions that liberals may not recognize* Social Justice Research, 20(1), pp. 98–116
- Harrison, R.P. (2003) *The dominion of the dead* Chicago University Press. Chicago, IL
- Harvey, D. (1989) *The Condition of Postmodernity. An Enquiry into the Origins of Cultural Change* Blackwell Publishers, Oxford
- Hewison, R. (1987) *The heritage industry: Britain in a climate of decline* Methuen London, London
- Hoffman, M. L. (2000) *Empathy and moral development: Implications for caring and justice* Cambridge University Press, New York
- Howarth, G. (2007) *Death and dying: A sociological introduction* Polity Cambridge

- Ivanova, P., Light, D. (2018) *It's not that we like death or anything: Exploring the motivations and experiences of visitors to a lighter dark tourism attraction* Journal of Heritage Tourism, 13(4), pp. 356–369
- Jamal, T., Hill, S. (2002) *The Home and the World: (Post)touristic Spaces of (In)authenticity*. In: *The Tourist as a Metaphor of the Social World*, ed. by G. Dann, CABI, Cambridge, pp. 77-107
- Jameson, F. (1984) *Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism* in *New Left Review* 146 London pp. 53-93
- Johnston, L. (2001) *(Other) Bodies and Tourism Studies*
- Kellehear, A. (2007) *A social history of dying* Cambridge University Press, Cambridge
- Kellner, D. (1987) *Baudrillard, Semiurgy and Death* in *Theory, Culture & Society* 4 pp. 125-146
- Knox, D. (2006) *The sacred landscapes of Glencoe: from massacre to mass tourism, and back again* *International Journal of Tourism Research*, 8, pp. 85-197
- Kohlberg, L. (1971) *Stages of moral development as a basis for moral education* in: C. M. Beck, B. S. Crittenden, & E. V. Sullivan (Eds.), *Moral education: Interdisciplinary approaches* Toronto University Press, Toronto, pp. 3- 92
- Korstanje, M. E. (2016) *The rise of Thana-capitalism and tourism* Routledge, Abingdon
- Korstanje, M., & George, B. (Eds.). (2017) *Virtual traumascapes and exploring the roots of dark tourism* IGI Global, Hershey
- Lash, S. - Urry, J. (1994) *Economies of Signs & Space* SAGE, London



- Lennon, J.J. (2010) *Dark tourism and sites of crime* in: Botterill, D. and Jones, T. (Eds), *Tourism and Crime*, Goodfellow Publishers, Oxford, pp. 99-121
- Lennon, J., & Foley, M. (2000) *Dark tourism: The attraction of death and disaster* Continuum, London
- Lennon, J.J. and Weber, D. (2016) *The long shadow: marketing Dachau* in: Lennon, J.J. and Hooper, G. (Eds), *Dark Tourism: Narratives and Context Revisited*, Continuum, London
- Light, D. (2017) *Progress in dark tourism and thanatourism research: An uneasy relationship with heritage tourism* *Tourism Management*, 61, pp. 275-301
- Lisle, D. (2004) *Gazing at ground Zero: Tourism, voyeurism, and spectacle* *Journal for Cultural Research*, 8(1), pp. 3–21
- Lipovestky, G., Porter, C. (2002) *The Empire of Fashion: Dressing Modern Democracy* Princeton University Press, Princeton
- Lovelock, B. (2014) *The moralization of flying: Cocktails in Seat 33G, famine and pestilence below* in: M. Mostafanezhad & K. Hannam (Eds.), *Moral encounters in tourism* Routledge, New York, NY pp. 153–168
- Lyotard, J., F., (1986) *Rules and Paradoxes or Svelt Appendix* in *Cultural Critique* Press No. 5, *Modernity and Modernism, Postmodernity and Postmodernism* (Winter, 1986-1987), University of Minnesota Press pp. 209-219
- Lyotard, J., F., Formenti, C., (2002) *La condizione postmoderna. Rapporto sul sapere* Feltrinelli, Milano
- MacCannell, D. (1976) *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. The Macmillan Press, London and Basingstoke

- Maffesoli, M., (1997) *The Return of Dionysos* ed. by Sulkunen, P., Holmwood, J., Radner, H., Schulze, G., Campling, J. St. Martins Press, New York pp. 21-37
- Martin, S. R., Kish-Gephart, J. J., & Detert, J. R. (2014) *Blind forces: Ethical infrastructures and moral disengagement in organizations* *Organizational Psychology Review*, 4(4), pp. 295–325
- McIntosh, A., & Prentice, R. (1999) *Affirming authenticity: Consuming cultural heritage* *Annals of Tourism Research*, 26(3), pp. 589–612
- Mellor, P. (1993). *Death in high modernity: The contemporary presence and absence of death* In: D. Clarke (Ed.), *The sociology of death* Oxford: Blackwell pp. 11–30
- Mellor, P., & Shilling, C. (1993) *Modernity, self-identity and the sequestration of death* in: *Sociology*, 27, pp. 411–431
- Miles, S. (1998) *Consumerism – as a way of Life* SAGE, London
- Miles, W. F. (2002) *Auschwitz: Museum interpretation and darker tourism* *Annals of Tourism Research*, 29(4), pp. 1175–1178
- Moore, C., Detert, J. R., Klebe Trevino, L., Baker, V. L., & Mayer, D. M. (2012) *Why employees do bad things: Moral disengagement and unethical organizational behavior* *Personnel Psychology*, 65(1), pp. 1–48
- Moro, T. (2016) *Utopia*. Feltrinelli, Milano
- Mott, C. and Roberts, S.M. (2014) *Not Everyone Has (the) Balls: Urban Exploration and the Persistence of Masculinist Geography in Antipode* Vol. 46 No. 1 2014 ISSN 0066-4812, pp. 229–245
- Munt, I., (1994) *The “Other” Postmodern Tourism: Culture, Travel and the New Middle Classes*. *Theory, Culture & Society*, 11, pp. 101-103

- Olsen, D., & Korstanje, M. (2020) *Dark tourism and pilgrimage* CAB International Boston, MA
- Orbuch T.L. (1997) *People's accounts count: The sociology of accounts* Annual Review of Sociology 23 pp. 455-478
- Parmiggiani, P., (1999) *Consumo e identità nella società contemporanea* Franco Angeli, Milano
- Potts, T. J. (2012) *Dark tourism' and the 'kitschification' of 9/11* Tourist Studies, 12(3), pp. 232–249
- Pritchard, A., & Morgan, N. (2006) *Hotel Babylon? Exploring hotels as liminal sites of transition and transgression* Tourism Management, 27(5), pp. 762–772
- Rachels, J., & Rachels, S. (2010) *The elements of modern philosophy* McGraw-Hill, New York
- Reisinger, Y., Steiner, C. J. (2006) *Reconceptualizing object authenticity*. Annals of Tourism Research, 33, pp. 65-66
- Ritzer, G. (1998) *The McDonaldization Thesis. Explorations and Extensions* SAGE, London
- Rojek, C. (1993) *Ways of Escape: Modern Transformations in Leisure and Travel* London, Routledge
- Rojek, C. (1995) *Decentring Leisure: Rethinking Leisure Theory* SAGE, London
- Rojek, C. (1997) *Indexing, Dragging and the Social Construction of Tourist Sight* in. Rojek, C and Urry, J. *Touring Cultures* Routledge, London pp. 52-73
- Sather-Wagstaff, J. (2016) *Heritage that hurts: Tourists in the memoryscapes of September 11* Abingdon, Routledge

- Scidà, G. (2007) *Legame sociale, spazio ed economia: lezioni sulla società globale* Franco Angeli, Milano
- Seaton, A. (1996) *Guided by the dark: From thanatopsis to thanatourism* International Journal of Heritage Studies, 2(4), pp. 234–244.
- Seaton, A. V. (1999) *War and thanatourism, Waterloo 1815-1914* Annals of Tourism Research 26(1) pp. 130-158
- Seaton, A. (2009) *Purposeful otherness: Approaches to the management of thanatourism* in: R. Sharpley & P.R. Stone (Eds.), *The darker side of travel: The theory and practice of dark tourism*, Aspect of Tourism Series Channel View Publications Bristol pp. 75–108
- Seaton, A., & Lennon, J. (2004). *Thanatourism in the early 21st century: Moral panics, ulterior motives and alterior desires* in: T.V. Singh (Ed.), *New horizons in tourism – strange experiences and stranger practices* CABI Publishing Wallingford pp. 63–82
- Sharpley, R. (2002) *The Consumption of Tourism*. In: *Tourism and Development: Concepts and Issues*, ed. by Sharpley, R. – D. J. Telfer, Channel View Publications: Clevedon pp. 300–318
- Simmel, G. (1968) *Sociological Aesthetics in The Conflict in Modern Culture and Other Essays* Teachers' College Press, New York
- Simmel, G. (1918) *Kant. Sechzehn Vorlesungen* Duncker & Humbolt, Munich
- Simmel, G. (2006) *Estetica e sociologia* Armando Editore, Roma
- Skinner, J. (2018) *Plymouth, Montserrat: Apocalyptic dark tourism at the Pompeii of the Caribbean* International Journal of Tourism Cities, 4(1), pp. 123–139

- Smith, M, Macleod, N. and Robertson, N. (2010) *Key Concepts in Tourist Studies* Sage, Oxford
- Sontag, S. (1977) *On Photography* Picador, New York
- Starobinski, J. (1990) *Les Cheminées et les clochers* in *Magazine littéraire*, Paris 280 pp. 26–27
- Steiner, C. and Reisinger, Y. (2006) *Understanding Existential Authenticity* *Annals of Tourism Research* 33, pp. 299–318
- Stone, P. R. (2005) *Dark tourism consumption e a call for research* e-Review of Tourism Research, 3(5), pp. 109–117
- Stone, P. (2006) *A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions* *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 54(2), pp. 145–160
- Stone, P.R. (2009) *Making absent death present: Consuming dark tourism in contemporary society* in R. Sharpley & P.R. Stone (Eds.), *The darker side of travel: The theory and practice of dark tourism*, Aspect of Tourism Series Channel View Publications Bristol pp. 23–38
- Stone, P.R. (2011) *Dark tourism experiences: Mediating between life and death* in R. Sharpley & P.R. Stone (Eds.), *Tourist experiences: Contemporary perspectives* Routledge, London pp. 21–27
- Stone, P. R. (2012) *Dark tourism and significant other death: Towards a model of mortality mediation* *Annals of Tourism Research*, 39(3), pp. 1565–1587
- Stone, P.R., & Sharpley, R. (2008) *Consuming dark tourism: A thanatological perspective* in: *Annals of Tourism Research*, 35(2), pp. 574–595
- Stone, P. R., & Sharpley, R. (2013) *Deviance, dark tourism and 'dark leisure* in: S. Elkington & S. Gammon (Eds.), *Contemporary perspectives in leisure:*

Meanings, motives and lifelong learning: Meanings, motives and lifelong learning Routledge, London, pp. 54–64

Strange, C., & Kempa, M. (2003) *Shades of dark tourism: Alcatraz and Robben Island* Annals of Tourism Research, 30(2), pp. 386–405

Strobe, M., & Schut, H. (1999). *The dual process model of coping with bereavement, rational and description* in: Death Studies, 23, pp. 197–224

Sturken, M. (2008) *Tourists of history: memory, kitsch, and consumerism from Oklahoma City to Ground Zero* Duke University Press, Durham

Tarlow, P. (2005) *The Appealing Dark Side of Tourism and More* M. Novelli. Niche Tourism: Contemporary Issues, Trends and Cases Elsevier, London

Taylor, A. (2003) *Animals and ethics: An overview of the philosophical debate* Broadview Press, Peterborough

Taylor, J. (1994). *A Dream of England: Landscape, Photography and the Tourist's Imagination* Manchester University, Manchester

Tillman, C., Gonzalez, K., Whitman, M. V., Crawford, W. S., & Hood, A. C. (2018) *A multi-functional view of moral disengagement: Exploring the effects of learning the consequences*. Frontiers in Psychology. 8(2286), pp. 1–14

Timothy, D. J. and Boyd, S. W. (eds.) (2003) *Heritage Tourism* Prentice Hall, London

Tunbridge, J. E. & Ashworth, G. J. (1952) *Dissonant heritage: the management of the past as a resource in conflict* Wiley, Chichester

Turner, V. (1973) *The center out there: Pilgrim's goal* History of Religions, 12(3), pp. 191–230

- Turner, V., & Abrahams, R. D. (1969) *Liminality and communitas* in: V. Turner, R. D. Abrahams, & A. Harris (Eds.), *The ritual process: Structure and anti-structure* Aldine Publishing, Chicago, pp. 94–113
- Tzanelli, R. (2016) *Thanatourism and cinematic representations of risk: Screening the end of tourism* Routledge, Abingdon
- Urry, J. (2002) *The tourist gaze* SAGE, London
- Walter, T. (1984) *Death as recreation: armchair mountaineering* *Leisure Studies* 3, pp. 67-76
- Walter, T. (1991) *Modern Death: Taboo or Not Taboo?* *Sociology* 25(2), pp. 293-310
- Walter, T. (1993) *War Grave Pilgrimage* in: I. Reader and T. Walter (eds), *Pilgrimage in Popular Culture*, pp. 63-91
- Walter, T. (2005) *Mediator deathwork* in: *Death Studies*, 29(5), PP. 383–412
- Wang, N. (1999) *Rethinking Authenticity in Tourism Experience* *Annals of Tourism Research* 26 (2). pp. 834-851
- Wearing, S, Stevenson, D & Young, T. (2010) *Tourist cultures: identity, place and the traveller* Sage, London
- Weber, M. (1978) *Value-judgments in social science* in: W. G. Runciman (Ed.), *Weber: Selections in translation* Cambridge University Press, New York, pp. 69–98
- Wheeller, B. (1991) *Tourism's troubled times: Responsible tourism is not the answers* *Tourism Management*, 12, pp.91-96
- Willmott, H. (2000) *Death. So what? Sociology, sequestration and emancipation* *The Sociological Review*, 4, pp. 649–665

Wight A.C. (2006) *Philosophical and methodological praxes in dark tourism: Controversy, contention and the evolving paradigm* Journal of Vacation Marketing, 12, pp. 119-129

Zsolnai, L. (2016). *Moral disengagement: How people do harm and live with themselves, by Albert Bandura* Macmillan New York, 26(3), pp. 426–429



## **Ringraziamenti**

Vorrei innanzitutto ringraziare il Prof. Claudio Riva, mio relatore, per avermi permesso di scoprire l'interesse profondo che percepisco per la sua materia e che ho potuto sviluppare durante la scrittura di questo elaborato; lo ringrazio per avermi seguito e supportato con dedizione nella realizzazione di questo progetto e per avermi dimostrato che attraverso l'intraprendenza e la curiosità si può raggiungere obiettivi che appaiono lontani e irraggiungibili.

Ringrazio gli straordinari Urbexer che mi hanno permesso di conoscere la loro realtà partendo da Pier, i ragazzi di Java Urbex ed infine un ringraziamento speciale per i ragazzi di Urbex Contact che mi hanno accolta ad esplorare con loro a provare delle emozioni indescrivibili, grazie mille a Roberto, Anna, Martina, Alessandro e Marco.

Alla mia famiglia, a Leonardo, il mio fidanzato, che pazientemente ha saputo aiutarmi nei momenti più difficili, ai miei amici, ai miei colleghi di lavoro e a tutti quelli che hanno incrociato la loro vita con la mia lasciandomi qualcosa di buono. Grazie per essere stati miei complici, ognuno a suo modo, in questo percorso intenso ed entusiasmante, nel bene e nel male. Sono così tanti i ricordi che mi passano per la testa che è impossibile trovare le parole giuste per onorarli. A farlo saranno le mie emozioni ed i miei sorrisi che insieme si mescolano in un bagaglio di affetto sincero e gratitudine per tutti voi.

Per finire, dedico questa tesi anche a me stessa. La dedico ai sacrifici che pensavo di non essere in grado di sostenere ed alla tenacia che mi ha spinto ad arrivare alla conclusione di questo capitolo sorprendentemente introspettivo e mentalmente appagante che mi ha accompagnato negli ultimi tre anni.