

Il pamphlet Lo choc della pandemia ha scatenato la corsa ai paesi dell'Italia rurale e montana: un'operazione di marketing territoriale che non favorisce le realtà locali

Ma poi i borghesi li rovinano

di DARIO DI VICO

Il *calembour* viene facile: togliamo i borghi ai borghesi. Grazie anche allo choc della pandemia i piccoli centri dell'Italia rurale e montana non sono stati mai così lodati e corteggiati. È nata e s'è sviluppata un'operazione di marketing territoriale che, per ampiezza, sarebbe stato difficile immaginare e che ha come suoi punti chiave la valorizzazione turistica, l'attrattività e la divulgazione delle eccellenze artigianali e/o gastronomiche. L'operazione, che si presenta come inclusiva ed è ritmata da programmi Rai di discreto successo (come *Kilimangiaro*), è invece considerata da Filippo Barbera, Domenico Cersosimo e Antonio De Rossi (*Contro i borghi*, Donzelli) in chiave estremamente negativa: «Fa male al territorio».



L'accusa senza-ma-e-senza-se è di banalizzare la biodiversità delle aree interne, di estrarre valore dalle «eccellenze» e lasciare il resto all'abbandono, di puntare sulla patrimonializzazione turistica e sull'*appeal* del rustico in una chiave che gli architetti e i sociologi che hanno contribuito al pamphlet di Donzelli arrivano a definire addirittura classista. L'immagine polemica a cui ricorro non sembra presa di peso dal repertorio del Milanese Imbruttito. Il manager meneghino che arriva nel borgo con la sua Tesla fiammante, spinge per realizzare immediatamente un nuova cabinovia, si lamenta di non riuscire a trovare sushi decente oltre quota 1.500 metri e che però «per sua fortuna» si è fatto la spa nella taverna.

Macchiette a parte, gli autori del libretto sostengono che quello che era partito «bonariamente» come un pro-

cesso di ripensamento e riscoperta delle aree interne, *in itinere* ha cambiato radicalmente di segno. È diventata una borghomania patinata e insieme feroce che «separa invece che unire», «spezza il rapporto vitale tra l'insediamento e il suo intorno», «persegue la polarizzazione contro il policentrismo».

Ne è venuto fuori ai giorni nostri qualcosa di artificiale, un contesto fatto di chiese senza parrocchiani, musei senza visitatori, castelli senza castellani, cibo senza agricoltura. Tanti borghi Billionaire che servono ad attirare e stupire uno sciatto turismo di passaggio e a favorire

solo chi ha astutamente investito nella gentrificazione.

La colpa, manco a dirlo, è del capitalismo e della sua cultura che non riesce, nemmeno volendolo, a creare ricchezza diffusa, ad allargare il perimetro delle chance e invece sa solo generare ulteriori livelli di disuguaglianza. I borghi sostenuti da una retorica dell'eccellenza che suona prevaricatrice sono alla fine «spazi curati e privi di conflitti, una sorta di controspazi della globalizzazione» e questo vale per il Chiantishire, le Langhe o il Salento. E in un gioco di specchi e cortocircuiti finiscono per essere assimilate alle virtù del territorio anche realtà come l'outlet di Serravalle Scrivia. Il consumatore in fondo è lo stesso: il turista (anch'esso) imbruttito.



Lapidario il giudizio finale dell'antropologo Pietro Clemente: «E così i borghi tornano purtroppo a essere luoghi dove domina la cultura dei potenti e non quella dei contadini e degli artigiani». Amen.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**FILIPPO BARBERA,
DOMENICO CERSOSIMO,
ANTONIO DE ROSSI**
**Contro i borghi
Il Belpaes
che dimentica i paes:
DONZELLI**
Pagine 200, € 1

Gli auto

Filippo Barbera è ordinario di Sociologia economica del lavoro presso Dipartimento di Cultura politica e società dell'Università di Torino. Domenico Cersosimo insegna Economia regional presso l'Università della Calabria. Antonio De Rossi ordinario di Progettazione architettonica e urbana direttore dell'Istituto di Architettura montana e della rivista internazionale «ArchAlp» presso Politecnico di Torino

