DOPPIOZERO

La moda delle vacanze e le vacanze di moda

Stefano Jossa
26 Luglio 2021

Detesto il concetto di vacanza intelligente, che recentemente ha avuto gran successo; mi pare presupponga che l'anno sia tutto idiota, eccetto quei quaranta giorni. (Giorgio Manganelli)

«La mia strada della vacanza / segnerà la tua lontananza», cantava Mina nel 1990, su testo di Franco Califano di diciotto anni prima (*Un'estate fa*, già eseguita dagli Homo Sapiens e da Caterina Caselli nel 1972). Nel mezzo Madonna aveva affermato l'invito (tutto americano e anni Ottanta) a godersela prima di tutto, la vacanza: «If we took a holiday / took some time to celebrate» (*Holiday*, 1980), come se il rifugio nell'edonismo avesse definitivamente spazzato via ogni rigurgito sentimentale, sia pure all'insegna della malinconica consapevolezza che «l'estate va / e porta via con sé / anche il meglio delle favole». Nel groviglio degli anni Ottanta, come recita il titolo di un libro importante di Adolfo Scotto di Luzio (Einaudi, 2020), non c'è più spazio per la memoria e la tenerezza, perché tutto è rivolto all'eccezionalità del momento: «Just one day out of life / it would be, it would be so nice». Del resto non era questo il messaggio anche da noi, quando Giuni Russo, con parole di Battiato, comunicava che «Questa estate voglio divertirmi per le vacanze» (*Un'estate al mare*, 1982)?

Eravamo probabilmente di fronte a una svolta storica nella concezione della vacanza (ovviamente associata ormai solo all'estate) proprio come avveniva un secolo prima, quando nasceva la *moda della vacanza*, segnata «dal passaggio dalla villa di proprietà, con la sua mondanità raccolta ed esclusiva, al grand hotel, "dove si è ammessi non [solo] in virtù della classe di appartenenza, ma del denaro che si è disposti a spendere"», come raccontano ora Alessandro Martini e Maurizio Francesconi (citando qui Maria Clelia Cardona) in un bel libro che va alla ricerca, archeologicamente, del mito contemporaneo del turismo, uno di quei miti d'oggi che sarebbe figurato magnificamente nei sondaggi semiologici di Roland Barthes: *La moda della vacanza. Luoghi e storie 1860-1939* (Einaudi Saggi). Miti che fondano l'egemonia culturale della borghesia, la cui identità di classe è storica, ma la cui rappresentazione dell'uomo è universale, come scriveva Barthes: l'idea che il mondo sia perfettibile, mobile, produce a specchio l'immagine di un'umanità immutabile, che rafforza i rapporti di potere storicamente determinati. Cosa meglio che proporre un modello infinitamente riproducibile, il cui accesso è riservato solo a coloro che abbiano abbracciato l'ideologia che quel modello rappresenta, per confermare il proprio potere e il proprio privilegio?

Era infatti, questo della vacanza, come spiegano bene gli autori, alla radice un mito aristocratico, determinato, alle soglie dell'età dei media e della pubblicità, dalle vacanze di Giorgio III a Brighton o dell'imperatrice consorte Eugenia a Biarritz. Il significato diventava significante, per restare sempre nell'ambito della lezione di Barthes: poiché vado a Brighton/Biarritz/Marienbad/Capri/Cortina/Forte dei Marmi/Capalbio ecc., io sono parte dell'élite. Non vado lì per andare lì, ma perché lì significa qualcosa d'altro che se stesso. La conseguenza immediata è dunque la pubblicizzazione del luogo, come testimonia l'ampio e bellissimo corredo di immagini, da manifesti di réclame a locandine turistiche, da quadri d'autore a

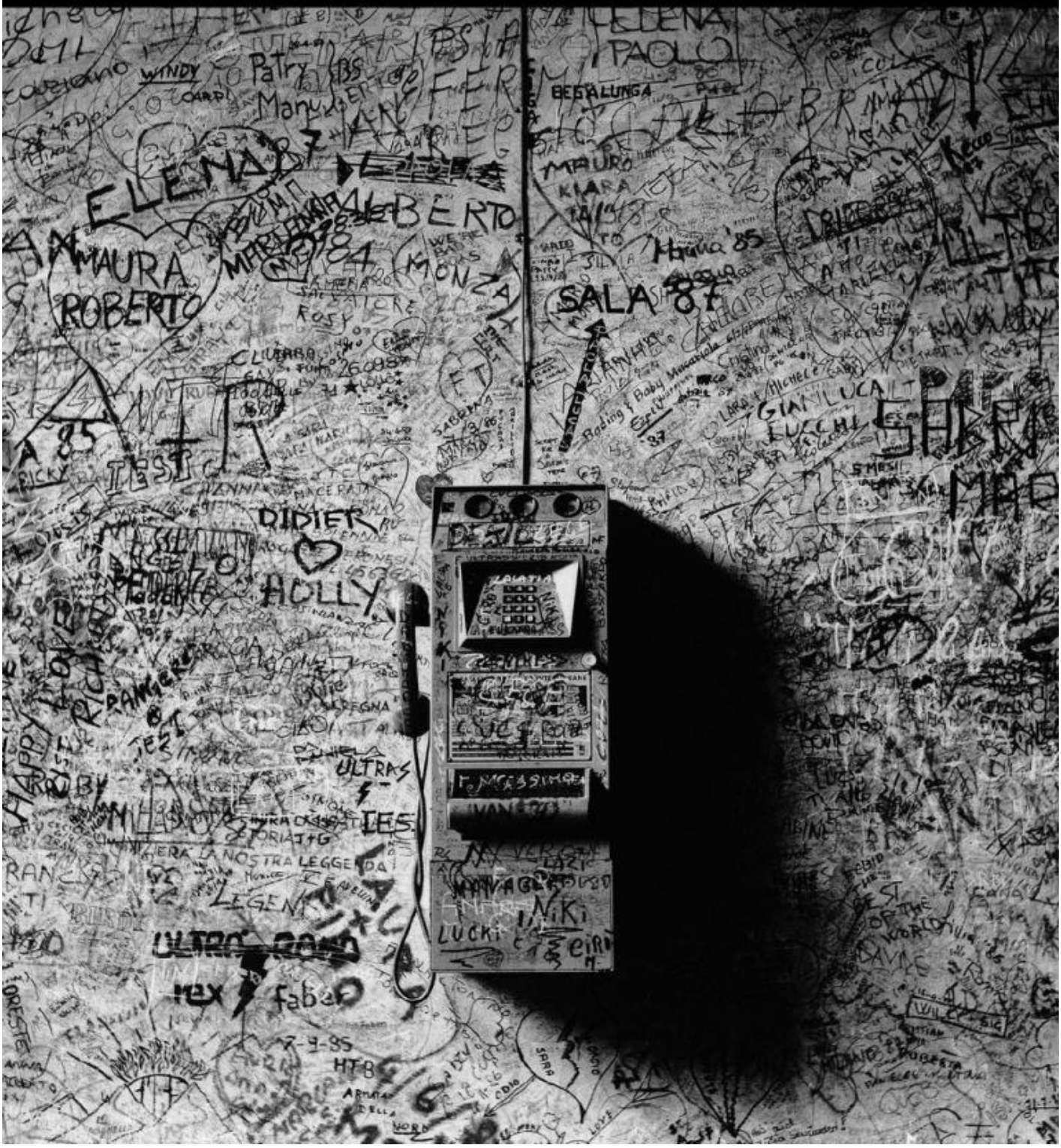
illustrazioni per riviste di moda, con un passaggio dall'esclusività alla condivisione che fa decadere l'originaria marca aristocratica in un privilegio puramente censitario (ormai a sua volta appassito nel trionfo d'immagini dei social media). Di segni, perciò, questi luoghi hanno estremo bisogno: segni edilizi, gli alberghi, i campi sportivi, le stazioni termali e sciistiche, ma anche estetici, l'abbigliamento e l'abbronzatura. L'architettura e la moda, che sono i due fili conduttori del libro (e proprio alla moda si rivolgeva Barthes subito dopo la mitologia), che si diverte a portarci per mano tra alberghi di lusso, partite di tennis, costumi interi e spalle scoperte, in una passeggiata tra i luoghi che hanno costituito l'inizio di quello che sarebbe divenuto, da mito aristocratico, scaduto ad alto borghese, infine un mito di massa, tra l'orrore di chi al popolo affidava il riscatto dall'ingiustizia sociale, ma mai l'accesso ai luoghi-simbolo di chi quel popolo al riscatto guidava.

Misto di storia sociale fondata sugli aneddoti esemplari e di Baedeker sulle strade del passato, il libro ci porta in vacanza a Baden-Baden con Liszt, Wagner e Dostoevskij, a Karlsbad con Goethe, Dvo?ák, l'imperatore Francesco Giuseppe e la moglie Sissi, al lago di Lucerna con la regina Sofia d'Olanda, il re di Prussia Guglielmo II e Tolstoj, a St Moritz con la Marchesa Casati e la famiglia Kennedy, a Portofino con Edoardo Agnelli, Pietro Badoglio, Luigi Pirandello, Felice Casorati e Winston Churchill, a Capri con Axel Munthe, i Fitzgerald e Norman Douglas (al punto che si desidera un indice dei luoghi, che purtroppo non c'è).

Adolfo Scotto di Luzio
Nel groviglio degli anni Ottanta

Politica e illusioni di una generazione nata troppo tardi

EINAUDI



Terme, montagna, mare, crociere ed esotismo sono le tipologie di queste vacanze, che concorrono tutte a definire un approccio alla vacanza fondato sul lusso, l'esibizione e il godimento, in una sintesi tra benessere, conoscenza e piacere che definisce i valori (salute, da cui l'originario apprezzamento per le acque termali e i bagni di mare; cultura, da cui il viaggio come esplorazione; e libertà, che è fuga dai condizionamenti sociali, morali e religiosi) di un'appartenenza aristocratico-borghese in cui l'esaltazione dell'individualismo si stempera nel bisogno di adesione a miti collettivi e orizzonti comunitari. Meno liberi di quel che sembra al povero fruitore passivo di questi miti, i tanti vip, celebrities e star di cui il libro è popolato. «Sei sposato o vivi in Kenya?», sembra che si chiedessero fra loro gli aristocratici londinesi negli anni Trenta del Novecento, prigionieri dei propri obblighi sociali a casa, ma anche delle proprie ossessioni di evasione da se stessi in vacanza.

Più che le storie personali, tra incontri reali, come quello tra la scrittrice Colette, la moglie del gioielliere Pierre Cartier, il premio Goncourt Claude Farrère e il figlio del milionario americano Rutheford Stuyvesant a bordo del transatlantico *Normandie*, che viaggiava da Le Havre a New York nel 1935, e mancati, come quello tra lo scrittore Franz Kafka, l'erede al trono Francesco Ferdinando d'Asburgo-Este, lo scià di Persia Re?? Pahlav? e lo zar Nicola II, che frequentarono in tempi ravvicinati, ma senza sovrapporsi, le terme di Marienbad negli anni Dieci del Novecento, contano tuttavia i luoghi, che contrappongono il loro pieno, antropico, paesaggistico e architettonico, a quel vuoto che la vacanza porta con sé per definizione. «Vacanza» è infatti, secondo le definizioni dei vocabolari, un periodo di riposo o sospensione («intervallo di riposo» o «riposo dalle proprie ordinarie occupazioni», dice il vocabolario Treccani; «sospensione temporanea del lavoro o dello studio» oppure «periodo di stacco dalle proprie ordinarie occupazioni», conferma il vocabolario Garzanti), che non è di necessità sinonimo di villeggiatura o viaggio, per quanto nell'immaginario corrente lo sia diventato: più vicino al concetto classico di *otium* (*scholé* per i greci: «tranquillità, tempo libero, piacevole uso delle proprie disposizioni intellettuali»), che è l'interruzione dell'attività pratica per favorire la vita della mente.

L'invenzione moderna della vacanza è allora effettivamente, per i suoi nessi con la villeggiatura e il viaggio (all'insegna dell'estate, infatti, più che delle vacanze invernali, sulla scia di un mito «inventato» in Costa Azzurra negli anni Venti del Novecento, che si protrae fino alle canzoni degli anni Ottanta, come abbiamo visto; a proposito: delle canzoni si sente proprio la mancanza, in quest'affresco di storia del costume che può diventare anche storia dell'ideologia), *invenzione del turismo*, di cui andrà esplorato ulteriormente il passaggio dalla dimensione elitaria a quella massificata, con la conseguente formazione di nuove mitologie: come spiegano gli autori del libro, il turismo è spostamento dalla città con lo sguardo ad essa sempre rivolto, costruzione di «ipotesi urbane» che «aspirano a imporsi come alternativ[e] rispetto alla civiltà industriale, rappresentando una sorta di "utopia dell'evasione" permanente, alla ricerca di una propria alterità ideale e spaziale rispetto al mondo reale», perché lì «il clima è migliore, il paesaggio privilegiato, la localizzazione appartata e delimitata, il tutto in netta opposizione alla violenza della macchina, alle lordure della città, ai fumi e ai rumori da cui fuggire» (e a cui tornare).

Ridotti a significanti, questi luoghi saranno marcati dall'eccezionalità, che implica tanto eccellenza quanto transitorietà: vacanza come spostamento senza vera sospensione. Non sarà allora forse vero che l'unica vacanza reale può stare solo nella lettura di un buon libro (come questo, magari), al di fuori delle rotte turistiche e dei luoghi simbolici? *Otium*, appunto, che può funzionare solo nella misura in cui villeggiatura e viaggio, mare e neve, nave da crociera e treno di lunga percorrenza implicano un elemento di contemplazione anziché venire dominati freneticamente dall'azione.

Nel 1416, di ritorno dal concilio di Costanza, cui aveva preso parte in qualità di segretario pontificio, l'umanista fiorentino Poggio Bracciolini soggiornava alle terme di Baden, in Argovia (Svizzera), colpito dall'essenzialità dell'abbigliamento e dalla naturalità degli atteggiamenti, che contrapponeva alle pruderie moralistiche della civiltà di corte. Tre secoli e mezzo dopo (siamo nel 1761) il commediografo veneziano Carlo Goldoni rifletteva sulle «ridicolezze» che la moda della villeggiatura aveva determinato, coi cittadini a portare in campagna «la pompa e il tumulto delle città», avvelenando «il piacere dei villici e dei pastori, i quali dalla superbia de' loro padroni apprendono la loro miseria» (prefazione a *Le smanie per la villeggiatura* , prima commedia della *Trilogia della villeggiatura*): col paradosso che la riscoperta della natura si stava trasformando in colonizzazione mitologica, per cui la natura restava luogo di fatica e fetore per chi ci viveva, ma diventava trionfo del riposo e della libertà per chi vi transitava. Cultura e natura, insomma, come poli fondanti di un'ideologia dialettica della vacanza nella modernità che punta tutta sul dominio anziché sull'abbandono, sulla rivendicazione anziché sul passatempo e sul significato anziché sulla situazione. L'archeologia dell'oggi ha radici vicine, come quelle che il libro ricostruisce benissimo, e lontane, che costituirebbero un capitolo ulteriore; ma alla comprensione dei segni di un'ideologia serve soprattutto che questa ideologia sia smontata, storicizzata e spiegata: obiettivo verso il quale Martini e Francesconi, fatta la tara delle tentazioni di ammiccamento fighetto al lettore danaroso e a quello invidioso, offrono uno strumento davvero utilissimo.

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto.
Torna presto a leggerci e SOSTIENI DOPPIOZERO

Alessandro Martini
Maurizio Francesconi

La moda della vacanza

Luoghi e storie 1860-1939