

TURISMO DEI BORGHI E MAPPE TEMATICHE: UN PROGETTO DI CATALOGAZIONE IN SARDEGNA

Federico Cuomo, Sonia Malvica, Gianluca Scanu^{1*}

Abstract

TOURISM OF VILLAGES AND THEMATIC MAPS: A CATALOGING PROJECT IN SARDINIA. - The effectiveness of a smart destination is associated with the ability to identify the tourists' behaviour and expectations. This claim is pivotal for Italian village ("borghi") tourism, i.e., a macro destination that would require further specification to avoid uniting every single reality into overly global characteristics. Our work aims at delineating different thematic maps on a regional scale in the case study of Sardinia, aiming to guide the tourist through variables of interest. Including the villages/borghi within a comprehensive but aware narrative can support stakeholders, particularly SMEs involved in tourism and cultural heritage, promoting a digital transition in line with the *e.INS project ecosystem - Ecosystem of Innovation for Next generation Sardinia*, financed by the PNRR.

Key words: Borghi, Smart Tourism, Digitalisation, PNRR.

1. Introduzione

Le diverse possibilità di declinazione contemporanea hanno fatto del turismo un tema di difficile inquadramento se non nella visione generale di uno spostamento non permanente di individui dalla propria residenza, inquadrandone una specifica tipologia a partire dalle caratteristiche geografiche della destinazione e dagli interessi e abitudini dei turisti stessi. Volendo ricercare siffatta vastità in una particolare tipologia di turismo, la si ritroverebbe senz'altro in quella dei borghi. Il termine "borgo", già di per sé, non è di facile comprensione al di fuori del panorama italiano: come sottolineato nella pagina ufficiale dell'Associazione *Borghi più belli d'Italia*² la traduzione inglese più vicina al termine sarebbe *village*, con la conseguenza di mancare la reale essenza di una configurazione territoriale tipicamente italiana che racchiude realtà medioevali-rinascimentali, generalmente fortificate e conservanti tuttora i resti delle antiche mura, che possono trovarsi in contesti sia urbani che rurali, sia in vicinanza del mare e/o di laghi che in montagna. Nella consapevolezza, quindi, di come un borgo sia in grado di prestarsi a interessi turistici multipli a partire da una offerta variegata, il presente contributo intende applicare al caso studio della Sardegna un suggerimento di opportuni circuiti di borghi in grado di richiamare visitatori diretti a specifici attrattori

^{1*} Dipartimento di Scienze Umanistiche e Sociali, Università degli Studi di Sassari. Federico Cuomo, fcuomo@uniss.it; Sonia Malvica, smalvica@uniss.it; Gianluca Scanu, glscanu@uniss.it.

Corrispondenza: fcuomo@uniss.it. *Riconoscimenti:* Per una suddivisione dei contributi, si attribuiscono i paragrafi 1, 2 e 4.1 a Sonia Malvica, i paragrafi 3, 4 e 5 a Federico Cuomo, il paragrafo 4.2 a Gianluca Scanu. Le elaborazioni cartografiche sono state curate da Gianluca Scanu

² <https://borhipiubelliditalia.it/en/the-club>.

collegati ad altrettanti specifici “turismi”, a partire dalla particolare tipologia di attrazione del confine amministrativo comunale nel quale lo specifico borgo è inserito, come ad esempio quella archeologica, rurale-naturalistica e culturale-campestre, con l’obiettivo di guidare il turista attraverso precise variabili. Preliminarmente alla costruzione delle mappe, è fornita una breve panoramica concernente il turismo etnologico e dei borghi, evidenziando il collegamento con il turismo rurale e, dunque, la rilevanza della costituzione di una destinazione nei borghi per la riscoperta, soprattutto, delle aree interne. Successivamente, viene proposta una catalogazione: la selezione utilizzata per il presente lavoro è guidata da una serie di marchi e certificazioni turistiche, mentre la successiva suddivisione in opportune mappe tematiche muove dall’assunzione che tutti i borghi debbano essere presentati nel rispetto di una coerenza fruibile per un turista desideroso di procedere ad un’esplorazione generale dell’isola. A ciò si associano considerazioni sulla distribuzione dei nuraghi e la loro effettiva gestione, riproponendo riflessioni sulla rilevanza della cartografia tematica e dei formati digitali per l’accesso e il godimento da parte del turista, che, in quanto *smart*, è sempre più abituato all’utilizzo dei servizi di georeferenziazione in modalità di fruizione amatoriale (Scanu e Podda, 2015). L’eventuale co-presenza dello stesso borgo e/o Comune nei due itinerari rappresenterebbe solo un punto di forza, in quanto conferma dell’eterogeneità della declinazione turistica del concetto stesso di borgo.

La scelta del territorio ricade tra gli obiettivi del programma globale *e.INS ecosystem - Ecosystem of Innovation for Next generation Sardinia* (www.einssardinia.eu), finanziato dal Programma Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR), che include l’attenzione sul paesaggio quale insieme dei patrimoni materiali e immateriali e sulla necessità di accompagnare i portatori di interesse (quali le PMI) in una transizione digitale per il rafforzamento del turismo culturale, da intendersi come risposta alla vocazione, in particolare, delle aree interne o comunque non ancora dotate di una *destination image* consolidata. L’auspicio è che la creazione delle mappe tematiche possa contribuire a una messa a sistema di differenti mete a partire da uno sviluppo locale e successivamente regionale.

2. Destinazioni e mappe

In linea con l’intersezione di molteplici campi di indagine, parlare di turismo, oggi, significa accogliere le richieste e l’offerta dell’interdisciplinarietà. Questo può essere agevolmente inferito dalla concezione di *destination image* che, in quanto “tappa” fondamentale della delineazione della destinazione, non è tuttora associata a una definizione univoca: inquadrabile, più classicamente e genericamente, nell’insieme delle credenze, dei pregiudizi e giudizi, e di tutte le aspettative che il turista stabilisce in riferimento alla meta scelta già prima del viaggio (Sun et al., 2013), trattasi di un concetto che, fin dall’inizio della relativa analisi avviata nella seconda metà del secolo scorso (Gunn, 1972; Hunt, 1975; Crompton, 1979), si riscopre sostenuto da approcci diversi ma mai mutuamente esclusivi, accogliendo analisi tipiche del dominio geografico, sociologico, psicologico, sociologico e così via. La costituzione della *destination image* ha recentemente accolto un aggiornamento necessario in risposta all’entrata in scena, fin dai primi anni del ventunesimo secolo, del Web 2.0, sollecitando la consapevolezza del ruolo totalmente attivo del viaggiatore / turista, che si serve di tutti i canali informativi disponibili (in primis, dei social media) per non subire l’immagine proiettata dagli attori ufficiali coinvolti nella promozione, potendo

invece tanto confermarla quanto rigettarla (Marine-Roig, 2019). Tali considerazioni sono imprescindibili nell'accoglimento delle logiche di funzionamento, in particolare, dello *smart tourism*, che, pur muovendo dai presupposti dell'applicazione urbana con il termine *smart city*, ad oggi accoglie l'applicazione comprensiva della *smart land* (Bonomi e Masiero, 2014). Per turismo "intelligente", infatti, non si intende semplicemente l'integrazione della comunicazione digitale nel contesto reale, bensì un cambiamento di *core* e del rapporto tra turista e destinazione (Gretzel et al., 2015) quest'ultimo sintetizzabile in un processo di co-creazione integrata. In sostanza, il turista *smart* accoglie il suggerimento ma non l'imposizione, accetta un piano di riferimento ma non il pacchetto pre-costruito, si serve dei benefici delle tecnologie (in particolare di quelle mobili; Amaro et al., 2016) ma solo a garanzia dell'unicità della propria esperienza, configura e valuta la *destination image* solo a partire dal proprio livello di inclusione nell'intero processo. Il turista globale intende percepire un grado di autonomia tale da permettere una collocazione integrata di tipo spazio-temporale: le ricerche recenti hanno, infatti, studiato la percezione turistica da un punto di vista multisensoriale, confermando come, alla base dell'interazione con il luogo visitato, ci sia un'elaborazione attiva che coinvolge tutti i cinque sensi e il campo interocettivo (Li et al., 2023); inoltre, si è dimostrato come fin dagli stessi scatti fotografici turistici sia in atto un processo di *embodiment*, con un giudizio turistico quanto meno correlato alla sensazione, da parte del turista, di essere "presente", di essere parte integrante di una destinazione che, in quanto tale, deve essere suscettibile della sua interpretazione sensorimotoria (Malvica et al., 2022). Tale riflessione implica sinteticamente due considerazioni. La prima di queste è che, nell'era delle tecnologie digitali, è necessario proporre innovazioni tali da uscire dalla logica della "guida passiva" per accogliere, invece, dinamiche esplorative, le quali, di concerto con gli enti locali, possano favorire la combinazione fertile tra mete delineate ed esperienze soggettive interpretabili tipiche del turista *prosumer*³ (Battino e Lampreu, 2018); la *smartness* del turismo, in definitiva, si rende possibile nell'accoglimento di quelle che sono le modalità di "afferramento" e comprensione del mondo da parte dell'individuo. La seconda considerazione introduce il significato della mappa in tutta la sua complessità rappresentazionale: non essendo tale sede adatta per una digressione sul ruolo traduttivo della mappa storicamente configuratosi, ciò che è rilevante sottolineare è come il *mapping* sia alla base della nostra organizzazione e comprensione, tanto da essere un valido approccio cognitivo applicato alla delineazione di strategie di *management* dei contesti geografici *smart* (Vaz et al., 2022). Le stesse applicazioni mobili di cui vengono forniti gli smartphone (strumento sempre più utilizzato nello *smart tourism*) si caratterizzano per la possibilità di tracciare costantemente la posizione dell'utente e per l'inserimento dello stesso nella mappa, così da modificare l'interfaccia di geolocalizzazione in sintonia con la posizione dell'osservatore, salvando preferenze e mete predilette. La mappa e l'individuo, dunque, rappresentano a tutti gli effetti un unico sistema complesso, in cui la retroazione permette una ciclica influenza tanto del soggetto quanto dell'oggetto-ambiente. Sostanzialmente, apprezziamo la possibilità di affidare le nostre capacità orientative e di preferenza nello strumento della mappa, adottando strategie che, in tal modo, comportano un risparmio cognitivo, soprattutto in contesti eterogenei o troppo vasti.

³ *Prosumer* è un neologismo che identifica una persona che al tempo stesso è consumatore e produttore di un bene o un servizio.

3. Il turismo dei borghi: una tendenza *smart* e post-COVID

Numerosi sono i paradigmi di connessione ed i confini, talvolta sfumati, che demarcano il panorama poliforme del turismo etnologico e quello dei borghi. Il primo, il turismo etnologico, pone l'accento sull'indagine meticolosa delle intricate tessiture sociali umane, oltre che sui processi di metamorfosi culturale: questa sfera di fruizione turistica attinge a una molteplicità di comparti abbracciando le arti, le tecniche, i costumi, le credenze e i molteplici aspetti dell'esistenza sociale, politica, religiosa ed economica delle comunità locali. Si configura, pertanto, quale manifestazione di un turismo caratterizzato dalla propensione alla lentezza dell'approccio esplorativo: trattasi, dunque, di un turismo essenzialmente lento, praticato da coloro che soddisfano la ricerca dell'autenticità nel godimento della peculiarità del territorio (Simonicca, 2004). Il turismo diretto ai borghi parte da un diverso nodo di questa trama turistica: i borghi, radicati nella storia e cristallizzati come piccoli agglomerati urbani, spesso trovano la loro collocazione nei recessi di aree rurali, semi-rurali o montane, conservando nel loro aspetto ed essenza la storicità nonché l'identità materiale e immateriale (Lottero, 2020).

La Sardegna, grazie alle sue tradizioni millenarie, dimostra come non vi sia un'unica forma di turismo dei borghi ma, piuttosto, infinite declinazioni derivanti dalla collocazione geografica, dal contesto costiero fino a quello interno e/o montano: solo per fare qualche esempio, a Bosa è possibile alternare la visita al castello medioevale con quella alle cantine del vino Malvasia; a Dorgali si può assistere alla lavorazione della lana e alla produzione di pane, olio e vino, per poi esplorare il locale Museo di etnografia e antropologia; a Samugheo è possibile ammirare le arti e le tecniche legate alla lavorazione dell'orbace; Mamoiada offre la possibilità di scoprire le maschere tradizionali dei Mamuthones, mentre Oliena mette in mostra le antiche tecniche di produzione dell'olio d'oliva e del vino Cannonau.

La comprensione di come il turismo dei borghi si relazioni con altre forme di turismo è utile per una valutazione completa delle dinamiche e degli impatti sulle comunità rurali. Al pari di quello lento, il turismo rurale è stato definito come una "categoria ombrello", in quanto include diversi prodotti turistici: dal turismo lento (Dickinson et al., 2011) all'agriturismo (Phillip e al., 2010; Arroyo et al., 2013), dall'ecoturismo al turismo enogastronomico (ENIT, ONT, 2018). In Italia, lo stretto rapporto tra agricoltura e turismo è rappresentato dal fenomeno agrituristico, definito come un complesso di attività diversificate (tempo libero ed esperienza nel lavoro agricolo) e strutture turistiche (ristorazione, alloggio, trasformazione e vendita di prodotti alimentari), gestite dagli agricoltori attraverso l'utilizzo della multifunzionalità (D'Alessandro et al., 2020). All'interno di questa cornice, il turismo dei borghi offre ai viaggiatori l'opportunità di apprezzare l'eredità storico-artistica dei luoghi di interesse, di scoprirne le tradizioni, la cultura e gli stili di vita: è dunque un turismo sostenibile, basato sulla valorizzazione dell'identità, del patrimonio culturale e ambientale delle località visitate, che non altera l'equilibrio territoriale né utilizza le risorse in maniera irresponsabile (Ceballos-Lascurain, 1996).

È in corso da anni un processo apparentemente ineludibile caratterizzato da un costante declino e progressivo spopolamento dei borghi: questa tendenza trova la sua genesi in vari motivi, principalmente riconducibili a fattori di natura storica e ambientale (Pirlone, 2015). Si rileva come tali insediamenti, solitamente distanti dalle arterie stradali principali e accessibili unicamente attraverso intricate e sinuose vie provinciali

(Vecchiattini, 2020) siano afflitti da una comune condizione di spopolamento che si configura sia come causa che come conseguenza delle manifestazioni di emarginazione spaziale (Amodio, 2021). Di conseguenza, il potenziale sviluppo turistico di queste regioni può fungere da catalizzatore per l'inversione delle tendenze economiche in atto pur se, in un contesto fragile quale quello dei borghi, una tipologia di geosocietà comunemente affetta da una struttura socio-economica intrinsecamente vulnerabile (Chiodo e Salvatore, 2020), la transizione turistica deve essere pianificata con estrema gradualità e plasmata conformemente ad un paradigma necessariamente adattativo (Kania e Kramer, 2011). È dunque raccomandabile una gestione *bottom-up* che, nella cooperazione tra i portatori di interesse, in primis comunità, enti locali e PMI, sia diretta a una strategia di tipo co-evolutivo, in accoglimento di iniziative imprenditoriali-turistiche che fungano da impulso iniziale (Miedzinski et al., 2017; Neumeier, 2017). Le piccole e medie imprese, grazie alla loro intrinseca flessibilità e alla naturale propensione all'innovazione, si configurano come attori promotori dell'implementazione di soluzioni digitali e dell'erogazione di servizi turistici altamente personalizzati, con l'ulteriore beneficio di sostenere il turismo in chiave di sostenibilità. In ragione della loro bassa densità di popolazione, i borghi possono diventare il terreno fertile per l'instaurazione di processi culturali innovativi, veri laboratori all'aperto, ove nuove forme di partecipazione, istruzione e creazione imprenditoriale possano essere sperimentate (Borruso, 2021). Nella prospettiva di un recupero dei borghi a sostegno dello sviluppo locale, è oggi necessario percorrere la via della transizione digitale: lo *smart tourism* si può integrare anche con la *workation*⁴ che rappresenta il contemporaneo leitmotiv nel panorama dell'industria turistica (Madsen, 2022), essendo un fenomeno che nell'intrecciarsi con nuove modalità lavorative a distanza e con una generale, crescente digitalizzazione, promuove una sinergia armoniosa tra i domini del lavoro, del tempo libero e della vita privata in modo da sostenere l'attività turistica dei borghi storici e delle località minori (Voll, 2022). A conferma di ciò, tra le conseguenze dell'adattamento alla pandemia da COVID-19, è emersa la crescente considerazione dei borghi e dei centri minori quali valide alternative al contesto urbano, con l'unico requisito di una connessione internet di alta qualità (Cardone e Tonelli, 2022). In sostanza, quelle che erano le fondamenta della *smart city* trovano applicazione anche in contesti non urbani, delineando una così una nuova, possibile *smart land* attraverso strategie e *governance* di rilancio economico e socio-culturale delle realtà locali (Bonomi e Masiero, 2014). Digitalizzazione e *smartness* sono approcci che si integrano perfettamente con l'adozione delle pratiche del turismo lento e con l'implementazione di una mobilità dolce e sostenibile. In un'epoca di *smart tourism* è infatti necessario un approccio innovativo che vada oltre l'utilizzo passivo di guide turistiche, consentendo ai visitatori di costruire la propria esperienza di visita ai borghi attraverso l'utilizzo di strumenti digitali ed itinerari tematici lenti, delineati in condivisione e connessione con gli stakeholder locali.

4. I borghi sardi: itinerari tematici

Il presente lavoro origina dall'assunto relativo alla complessità di categorizzare la macro meta dei borghi attraverso una visione di inserimento degli stessi nelle attrazioni dei confini amministrativi entro cui ricadono. Tale complessità declinativa potrebbe rappresentare una barriera, in particolare per i visitatori stranieri, poiché il turismo

⁴ *Workation* è un neologismo derivante dall'unione delle parole *work* e *vacation* (lavoro e vacanza).

borghigiano, unitamente alle difficoltà linguistiche, non sempre consente di accedere a indicazioni chiare e dettagliate, talvolta disattendendo le aspettative dei visitatori. Sebbene diversi portali siano già presenti per evidenziare le attrattive dei borghi sardi, si ravvisa pertanto l'opportunità di fornire una proposta di *mapping* attraverso opportuni itinerari tematici: ciò risponde alla necessità di fornire una visione più completa e accessibile del panorama borghigiano in Sardegna.

4.1. Metodologia

La ricerca ha preso le mosse da una mappatura di quei borghi sardi che abbiano conseguito un riconoscimento ufficiale su scala nazionale nel settore turistico. La metodologia applicata è inquadrabile in tre fasi, ciascuna eseguita da un diverso componente del gruppo di ricerca⁵. La prima fase ha individuato le istanze inserite nei circuiti dei Borghi più belli d'Italia, dei Borghi Autentici d'Italia e di quelli con riconoscimento della Bandiera Arancione da parte del Touring Club Italiano; inoltre, attraverso le informazioni disponibili online nei canali ufficiali di promozione regionale⁶, è stato delineato un profilo sintetico di ciascun borgo, al fine di poter individuare opportune classi di catalogazione.

Nella seconda fase, constatata la presenza di un impianto culturale/museale di base (al quale partecipano in maniera variabile tutti i borghi che conservano tradizioni etnologiche ed enogastronomiche), sono state evidenziate le seguenti tipologie di attrattività turistica sul territorio comunale nel quale il borgo è inserito:

- siti rurali-naturalistici (d'ora in avanti denominati "naturalistici"): delineati dalla presenza di sentieri e itinerari naturali e/o attrazioni legate agli scenari rurali;
- siti archeologici: comprendente resti archeologici e nuraghi;
- siti con chiese campestri: ovvero siti che si configurano come una categoria di interesse culturale e presenza rilevante⁷.

La terza e ultima fase è stata avviata a partire da una constatazione sui nuraghi: si è voluto evidenziare la discrepanza tra il numero totale di quelli presenti nella regione e quelli effettivamente sottoposti a una gestione adeguata, tale da renderli parte di un'offerta turistica.

Il quadro sinottico è rappresentato dalla Tabella 1, che riporta l'elenco dei borghi con relativa categorizzazione e la suddivisione delle chiese campestri per tipologia:

BORGO	TURISMO			CHIESE CAMPESTRI					
	PR	RN	ARC	C_PC	C_M	C_N	C_R	C_MR	C_ARC
Aggius	SS			X			X		
Arborea	OR			X					

⁵ La prima fase è stata svolta da Federico Cuomo, la seconda da Sonia Malvica, la terza da Gianluca Scanu.

⁶ <https://bandierearancioni.it>; <https://borghiautenticiditalia.it>; <https://borghipiubelliditalia.it>; <https://sardegnaturismo.it>.

⁷ Siti inseriti in un progetto dell'Associazione Nostrasardegna diretto alla promozione del patrimonio sia materiale che immateriale (<https://chiesecampestri.it>).

Aritzo		NU			X					
Atzara		NU	X		X					
Austis		NU	X				X			
Banari		SS				X				
Bidonì		OR				X	X			
Bitti		NU	X	X	X		X			
Bolotana		NU			X					
Borutta		SS				X				
Bosa		OR			X	X				
Calangianus		SS			X					
Carloforte		SU	X		X				X	
Castelsardo		SS			X					
Chiararamonti		SS	X		X	X				X
Cuglieri		OR			X				X	X
Flussio		OR			X					X
Galtellì		NU			X					
Gavoi		NU					X			
Gonnostramatza		OR			X					
Irgoli		NU		X	X	X				
La Maddalena		SS	X		X			X	X	
Laconi		OR			X	X				
Lei		NU			X					
Loceri		NU			X					
Loculi		NU			X					
Lodé		NU			X					
Lollove		NU								
Magomadas		OR			X					X
Masullas		OR	X							
Modolo		OR			X					
Mogoro		OR		X	X	X				
Montresta		OR	X							
Noragugume		NU								
Nurachi		OR	X							
Oliena		NU	X	X	X		X			
Olzai		NU			X					
Onanì		NU			X	X	X			
Onifai		NU			X					
Orosei		NU			X		X			
Orotelli		NU			X	X				
Orroli		CA	X	X	X					

Osidda		NU							
Ovodda		NU		X					
Pompu		OR							
Posada		NU		X					
Sadali		SU		X					X
Sagama		OR		X					
Samugheo		OR		X					
Santu Lussurgiu		OR			X				
Sardara		SU	X	X					X
Scano di Montiferro		OR	X	X		X			X
Sedini		SS		X	X				
Seneghe		OR			X				X
Sennariolo		OR		X					
Serri		CA	X	X					X
Siddi		SU	X	X	X				
Silanus		NU		X	X				X
Simala		OR		X					
Siris		OR		X					
Sorradile		OR		X	X	X			
Suni		OR	X	X					
Tempio Pausania		SS	X	X					
Tinnura		OR		X					
Tresnuraghes		OR		X		X		X	
Ussassai		NU	X			X			
Villamassargia		SU	X	X	X				
Zeddiani		OR							

Tabella 1. Elenco dei borghi selezionati, indicando l'inclusione tra i Borghi più belli d'Italia (rosso), l'inclusione tra i Borghi Autentici d'Italia (verde), il possesso del riconoscimento della Bandiera Arancione del TCI (arancione). Per ciascuno di essi è indicata la tipologia di attrattività turistica e la presenza di chiese campestri.

Legenda:

PR = provincia

RN = attrazione rurale-naturalistica

ARC = attrazione archeologica

C_PC = chiesa campestre postmedioevale e cappella

C_M = chiesa campestre medioevale

C_N = chiesa campestre novenario

C_R = chiesa campestre rupestre

C_MR = chiesa campestre di mare

C_ARC = chiesa campestre archeologica

4.2. Mappe tematiche

Una prima elaborazione cartografica dei borghi selezionati secondo i confini amministrativi comunali (Figura 1) restituisce una distribuzione maggiore nell'area centrale dell'isola, seguita da quella nord-orientale, con una numerosità maggiore dei Borghi Autentici d'Italia. Si noti che sono presenti solo due borghi riconosciuti nell'area sud-occidentale.

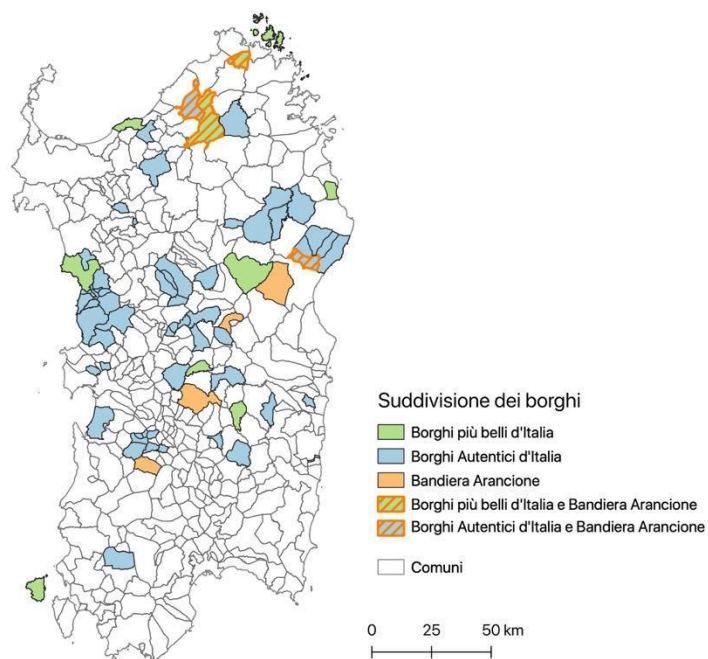


Figura 1. Rappresentazione generale dei borghi selezionati, con suddivisione per marchi e certificazioni. Fonte: Nostra elaborazione.

A seguire, si fornisce una visione di insieme delle attrattività borghigiane secondo la logica di differenziazione delineata nel paragrafo precedente: emerge una distribuzione sparsa delle attrazioni naturalistiche e archeologiche (Figura 2), suggerendo una mappa tematica singola in grado di unire l'interesse di un ecoturista attratto sia dai contesti naturali che dai "resti" dell'antica storia della Sardegna. Ciò consente di inserire anche i borghi sud-occidentali nella narrazione dei borghi

naturalistici e archeologici, in coerenza con una visione unitaria delle aree costiere e interne.

Per quanto attiene alle chiese campestri, si evidenzia come la numerosità di quelle postmedioevali/cappelle e medioevali sia decisamente maggiore rispetto alle altre tipologie (Figura 3): di conseguenza si è ipotizzata una possibile mappa unificata di tutte le tipologie di chiese campestri con i pochissimi casi di chiese rupestri, escludendo al contrario quelle includibili (per co-presenza di attrazioni) nel percorso naturalistico e/o archeologico (come nel caso delle chiese archeologiche e di mare). Un ulteriore approfondimento va fatto per i novenari (Figura 4), presenti in Sardegna con una numerosità rilevante e che, in quanto legati a eventi religiosi, possono essere in grado di attrarre una differente tipologia di visitatori, proponendo una sub-mappa rispetto a quella generale delle chiese campestri.

In conclusione, la prima parte dell'indagine ha condotto a due mappe tematiche differenti: la mappa naturalistica-archeologica (borghi sia con attrazioni rurali-naturalistiche, comprendendo le chiese campestri di mare, sia con attrazioni archeologiche, includendo anche le chiese campestri archeologiche) (Figura 5) e la mappa campestre, che considera i borghi con tutte le chiese lasciate fuori dall'altra mappa (Figura 3).

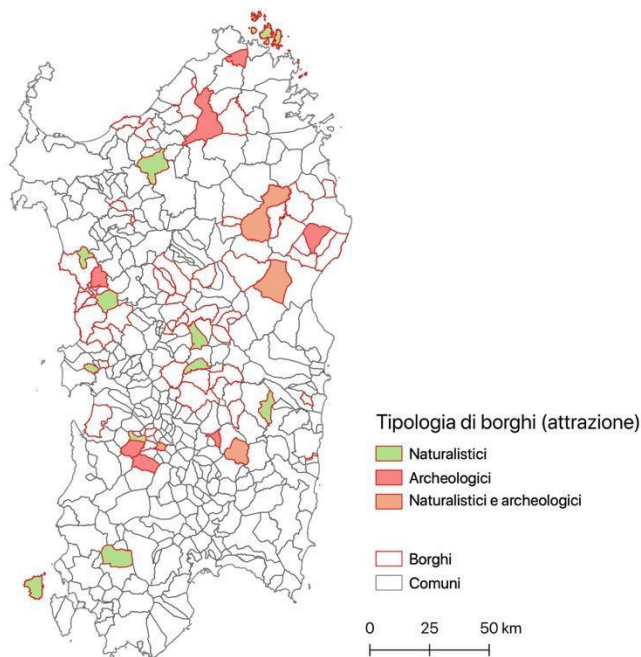


Figura 2. Rappresentazione generale dei borghi con interessi naturalistici e archeologici. Fonte: Nostra elaborazione.

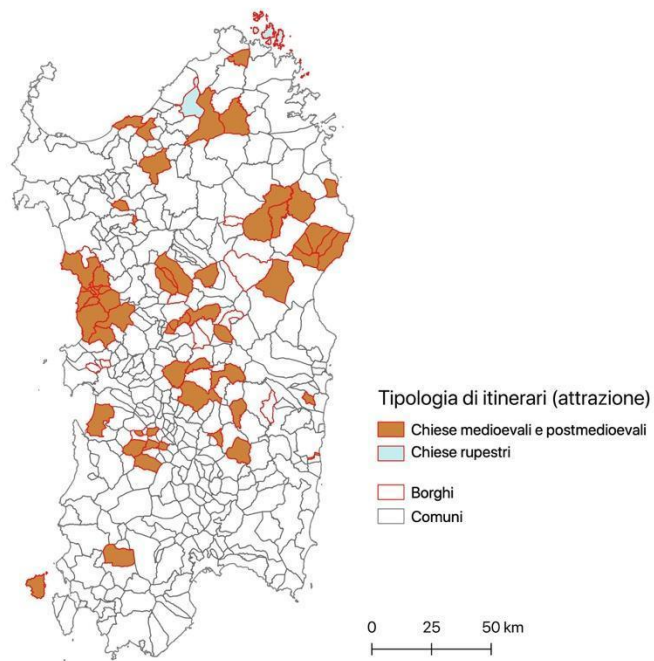


Figura 3. Mappa tematica basata sulle chiese campestri di tipo medioevale e postmedioevale. Fonte: Nostra elaborazione.

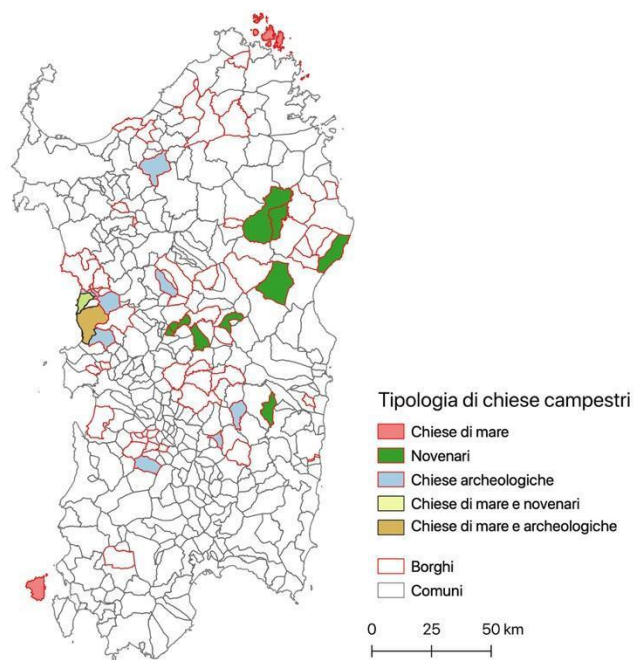


Figura 4. Rappresentazione generale dei borghi con chiese campestri, escludendo quelle categorizzate come medioevali e postmedioevali (la distribuzione suggerisce di fornire una mappa tematica separata per le chiese novenarie, e di includere le chiese di mare e archeologiche nel percorso naturalistico-archeologico). Fonte: Nostra elaborazione.

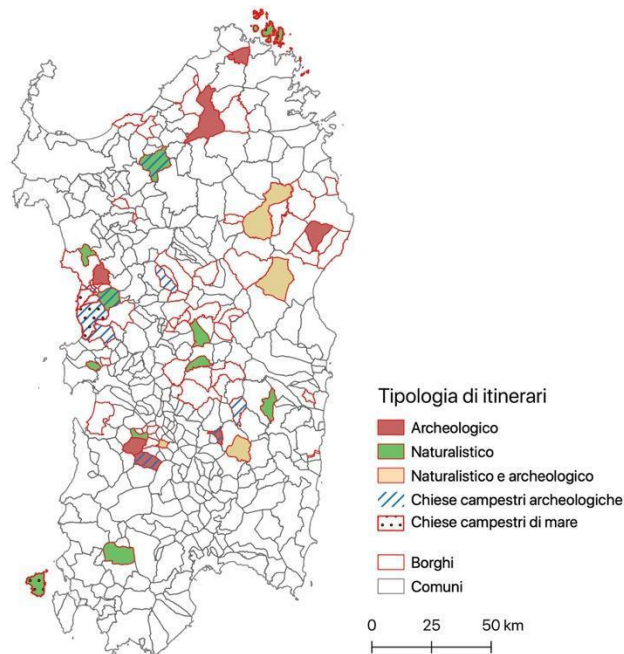


Figura 5. Proposta di mappa tematica di tipo naturalistico-archeologico (sono incluse le chiese campestri archeologiche e di mare). Fonte: Nostra elaborazione.

Per fornire un esempio di applicazione, ipotizzando un interesse per i borghi di matrice naturalistica e archeologica, l'itinerario proporrebbe certamente la visita dei Comuni di Siddi, Orroli, Oliena e Bitti, di cui i primi tre sono inseriti nel circuito dei Borghi Autentici d'Italia, mentre il quarto è provvisto di Bandiera Arancione; trattasi di un piccolo circuito che consentirebbe di esplorare le aree interne dell'isola, dal Centro Sud della Marmilla al Centro Nord del nuorese. Siddi dona una ricca testimonianza di nuraghi e tombe dei Giganti in un contesto ambientale con centinaia di rare specie arboree; Orroli (nel Sarcidano) è conosciuto come "la terra dei laghi", e tra grotte, cascate e foreste ospita anche il nuraghe Arrubiu, famoso per le sfumature rossastre e l'imponenza; Oliena regala la magnifica vista della valle di Lanaitto, della grotta Corbeddu e della sorgente di su Gologone, il tutto in una realtà fatta di natura e testimonianza di un'antica cultura; Bitti, infine, nel cuore della Barbagia ospita a 13 km dal centro il villaggio di Romanzesu, un'evocativa testimonianza della civiltà nuragica all'interno di un contesto boschivo⁸. A tale itinerario può aggiungersi l'interesse per le chiese campestri archeologiche, includendo dunque altri dieci Comuni con rispettivi borghi.

⁸ <https://sardegnaturismo.it>.

5. Conclusioni

Il presente studio ha inteso delineare le potenzialità dei borghi nell'ambito del panorama turistico, evidenziando nel contempo la complessità intrinseca associata alla categorizzazione di questa modalità di turismo. I risultati sono da intendersi quale manifestazione di una prospettiva per la promozione turistica dell'intera regione sarda, sia in senso geografico che di racconto identitario: i borghi, in tutto il loro variegato spettro di offerte e opzioni, sono in grado di catturare l'interesse dei visitatori sia nelle aree costiere che (soprattutto) interne, senza alcuna discontinuità se non nella differenza di ambientazione che riconduce a una storia antica. Attrazioni naturalistiche e rurali, archeologiche, campestri, nonché, in generale, culturali-etnologiche ed enogastronomiche possono attrarre i visitatori attraverso i diversi itinerari del territorio borghigiano sardo.

Nell'implementazione delle iniziative correlate, le piccole e medie imprese possono svolgere un ruolo cruciale: le PMI, con la loro agilità e capacità di innovazione, contribuiscono all'adozione di soluzioni digitali e all'offerta di servizi turistici personalizzati, favorendo un turismo sostenibile. Le politiche di gestione degli itinerari tematici devono essere, dunque, basate sulla partecipazione attiva degli stakeholder (in primis, comunità, enti locali e PMI) per promuovere una valorizzazione "digitale, intelligente, adattiva" delle aree coinvolte, creando condizioni dirette alla messa in atto di una prospettiva territoriale sistemica, improntata a una visione di rete, dove ogni singolo nodo rappresenti una parte indivisibile del tutto e non rimanga periferico, ma, al contrario, svolga un ruolo attivo e rilevante nella sua specificità, evitando l'obsolescenza e il dimenticatoio (Mami, 2020).

Bibliografia

Amaro S., Duarte P. and Henriques C. (2016), Travelers' use of social media: A clustering approach, *Annals of Tourism Research*, 59, pp. 1-15.

Amodio T. (2021), Una lettura della marginalità attraverso lo spopolamento e l'abbandono nei piccoli comuni, *Bollettino dell'Associazione Italiana di Cartografia*, 172, pp. 50-65.

Arroyo C.G., Barbieri C. and Rich S.R. (2013), Defining agritourism: A comparative study of stakeholders' perceptions in Missouri and North Carolina, *Tourism Management*, 37(6), pp. 39-47.

Associazione Borghi Autentici d'Italia, <https://www.borghiautenticiditalia.it>.

Battino G. and Lampreu S. (2018), La carta a portata di click: Web mapping, itinerari e condivisione, *ASITA*, pp. 103-112.

Bonomi A. and Masiero R. (2014), *Dalla smart city alla smart land, città, Venezia*, Marsilio Editori.

Borruso G. (2021), Smart cities and communities, borghi e aree interne, innovazione a rete, *Documenti geografici*, 1, pp. 157-162.

Borruso G., Balletto G., Ladu M. and Milesi A. (2022). Aree interne e sviluppo locale al tempo dei social network e media. Il caso del Sulcis – Iglesiente (Sardegna, Italia), in *Il turismo per lo sviluppo delle aree interne. Esperienze di rigenerazione territoriale*, Trieste, EUT Edizioni Università di Trieste, pp. 97-106.

- Cardone B. and Tonelli C. (2022), Rivitalizzazione dei borghi storici, *Architettare 26 Circolare*, pp. 48-63.
- Ceballos-Lascurain H. (1996), *Tourism, ecotourism, and protected areas: The state of nature-based tourism around the world and guidelines for its development*, Gland, IUCN.
- Chiodo E. and Salvatore R. (2020), Sistemi agroalimentari locali come “Nesting Market”: riflessioni da un'analisi comparativa di alcuni borghi dell'Appennino, in D. Storti, V. Provenzano, A. Arzeni, M. Ascani & F.S. Rota (eds.), *Sostenibilità e innovazione delle filiere agricole nelle aree interne*, pp. 95-109, Milano, Franco Angeli.
- Crompton J.L. (1979), An assessment of the Image of Mexico as a vacation destination and the influence of geographical location upon that image, *Journal of Travel Research*, 17(4), pp. 18-23.
- D'Alessandro S., Bortoletto N. and Salvatore R. (2020), *Ripartire dai borghi per cambiare le città: modelli e buone pratiche per ripensare lo sviluppo locale*, Milano, Franco Angeli.
- Dickinson J.E., Lumsdon L.M. and Robbins D. (2011), Slow travel: issues for tourism and climate change, *Journal of Sustainable Tourism*, 19(3), pp. 281-300.
- ENIT - ONT (2018), *Monitoraggio Enit estate 2018*,
<https://www.enit.it/it/monitoraggio-enit-estate-2018>.
- Gunn C. (1972), *Vacation scape: Designing Tourist Regions*, Austin, Bureau of Business Research, University of Texas.
- Gretzel U., Sigala M., Xiang Z. and Chulmo Koo C. (2015), Smart tourism: foundations and developments, *Electron Markets*, 25, pp. 179-188.
- Hunt J.D. (1975), Image as a factor in tourism development, *Journal of Travel Research*, 13, pp. 1-7.
- I Borghi più belli d'Italia, <https://borghipiubelliditalia.it>.
- Kania J. and Kramer M. (2011), Collective Impact, *Stanford Social Innovation Review*, 9(1), pp. 36-41.
- Li H., Li M., Zou H., Zhang Y. and Cao J. (2023), Urban sensory map: How do tourists “sense” a destination spatially, *Tourism Management*, 97, 104723.
- Lottero S. (2020), Borghi sospesi tra presente e futuro, *ArcHistoR*, Extra 7, pp. 1119-1137.
- Madsen D.O. (2022), Workation, in D. Buhalis (ed.), *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing*, Cheltenham, Edward Elgar Publishing, pp. 797-799.
- Malvica S., Palumbo L. and Cazzato V. (2022), “I Feel like I Am in That Place and I Would like to See More’: Aesthetic and Embodiment Components of Tourist Destination Image”, *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*. Advance online publication.

Mamì A. (2020), Centri a forte connotazione storica nell'entroterra dell'Italia meridionale: ripensare la città tra valori, vincoli fisici e opportunità tecnologiche, *ArcHistoR*, Extra 7, pp. 949-965.

Marine-Roig E. (2019), Destination image Analytics Through Traveller-Generated Content, *Sustainability*, 11(3392), pp. 1-23.

Miedzinski M., McDowall W., Kemp R. and Türkeli S. (2017), An expert-based participatory evaluation of public policies for sustainability transitions, in *Proceedings of the 8th International Sustainability Transitions Conference*. Sustainability Transitions Research Network, Gothenburg, Sweden.

Neumeier S. (2017), Social innovation in rural development: identifying the key factors of success, *The Geographical Journal*, 183(1), pp. 34-46.

Phillip S., Hunter C. and Blackstock K. (2010), A typology for defining agritourism, *Tourism Management*, 31(6), pp. 754-758.

Pirlone F. and Spadaro I. (2015). Borghi antichi abbandonati: “nuovi vuoti” nelle città metropolitane. Il caso di Genova, *Rivista internazionale di cultura urbanistica*, 14, pp. 75-88.

Scanu G. and Podda C. (2015), Contributo alla definizione del numero dei nuraghi della Sardegna: quando la carta storica è rivisitata in ambiente GIS, *ASITA*, pp. 731-742.

Simonicca A. (2004), *Turismo e società complesse: saggi antropologici*, Roma, Meltemi Editore.

Sun X., Chi G.Q. and Xu H. (2013), Developing destination loyalty: The case of Hainan Island, *Annals of Tourism Research*, 43(7), pp. 547-557.

Touring Club Italiano, *Bandiere Arancioni*, <https://www.bandierearancioni.it>.

UNWTO (2018). Overtourism? – Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions. Executive Summary, <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420070>.

Vaz A.L.A., Ferreira F.A.F., Pereira L.F., Correia R.J.C. and Banaitis A. (2022), Strategic visualization: the (real) usefulness of cognitive mapping in smart city conceptualization, *Management Decision*, 60(4), pp. 916-939.

Vecchiattini R. (2020), Borghi abbandonati in Liguria: cronache da un territorio fragile, *ArcHistoR*, Extra 7, pp. 293-315.

Voll K., Gauger F. and Pfnür A. (2023), Work from anywhere: traditional workation, coworkation and workation retreats: a conceptual review, *World Leisure Journal*, 65(2), pp. 150-174.