



Romano Toppan, nato a Treviso nel 1946, è docente di Qualità dei servizi all'Università di Verona e visiting professor di molte Università italiane e straniere (LUISS Management School, MIB dell'Università di Trieste, CISET dell'Università di Venezia, CST della Università di Perugia, Università di Siviglia e di Cantabria in Spagna, Università di Tetouan in Marocco, e varie Università del Brasile). Ha studiato in una Università Pontificia, si è laureato all'Università di Padova e specializzato in Economia del Turismo all'Università Bocconi di Milano.

Ha ricevuto incarichi dirigenziali da numerose organizzazioni pubbliche e private: nel campo del turismo, ha svolto il ruolo di Direttore Generale della Federalberghi Veneto e di Amministratore Delegato della Agenzia Regionale per la Promozione Turistica e Territoriale della Basilicata. È stato consulente per la cultura, i beni culturali e il turismo di alcuni Organismi Internazionali: Consiglio d'Europa, Unione Europea, Organizzazione Internazionale del Lavoro, Organizzazione Mondiale del Turismo (Nazioni Unite) e per Istituzioni e Organismi di varie nazioni: Spagna, Germania, Croazia, Slovenia, Moldavia, Georgia, Tunisia, Marocco.

In Italia ha lavorato per Sviluppo Italia, Italia Lavoro, Civita, Formez, e le regioni di Piemonte, Umbria, Abruzzo, Puglia, Campania, Sicilia, Trentino Alto Adige, Friuli Venezia Giulia.

Attualmente è consulente della Provincia di Venezia, per la quale ha realizzato il Piano Strategico per il turismo 2011-2013.

ISBN



€ 14,10



TOPPAN R. (2012), IL VIAGGIO.

Contributo della letteratura e dell'antropologia culturale al senso del viaggio, Booksprint Editor.

### Abstract

Il libro contiene una visione originale e ricca di riferimenti culturali, letterari e persino teologici, sul tema del Viaggio, che ha una ricchezza inesauribile, sia come realtà che come simbolo.

La realtà del viaggio oggi è imponente: gli arrivi mondiali raggiungeranno, nel 2012, secondo le previsioni della Organizzazione Mondiale del turismo, la cifra di 1 miliardo. Il tema del "nomadismo" attuale è diventato una specie di nuova antropologia: homo movens. E lo stesso Dio viene chiamato dall'autore Deus Viator, quasi per significare che persino le verità più assolute si incontrano lungo un cammino, un percorso.

E su questo punto il testo presenta una autentica interpretazione inedita: ricostruendo l'origine delle parole di tutte le lingue madri europee (greco, latino e gotico), l'autore riesce a provare come dalla medesima radice linguistica derivano sia le parole che significano "andare", che le parole legate alla esperienza, alla creatività, allo sviluppo dell'ingegno. Odisseo, nel primo verso del primo Canto del poema a lui dedicato, viene chiamato da Omero "πολυτροπος", che viene tradotto abitualmente con "sagace, intelligente", ma in realtà significa "l'uomo dai molti viaggi".

E qui parte tutto il primo capitolo, nel quale l'Autore dimostra come il "viaggio" sia l'anima della civiltà, l'anima della cultura che trasforma l'*hostis* in *hospes*, il nemico in ospite.

Dopo aver dato uno sguardo rapido a tutte le forme del viaggio, dall'antichità ai nostri giorni (il viaggio eroico, il viaggio epico, il viaggio cavalleresco, il viaggio romantico e infine il viaggio per la vacanza e il piacere) , conclude che le società più dinamiche e creative sono le società che si muovono, che rischiano il cambiamento, che sanno andare "oltre" l'orizzonte del già noto, del sicuro, per affrontare anche i pericoli della novità e della innovazione : questa "fatica" e questo rischio/pericolo rimangono attaccati semanticamente alla parola inglese "travel" (travaglio, come se partire e andare sia la premessa per nascere di nuovo) e alla parola gotico-tedesca "Gefahr" , che vuol dire pericolo (stessa radice di *fahren*, cioè andare, viaggiare).

L'Autore affronta, quindi, il rapporto tra viaggio e formazione della cultura, soprattutto grazie alla letteratura che scrittori e poeti, come Goethe (Il viaggio in Italia, 1786), Montaigne, Proust, Brodskij e infiniti altri, hanno saputo illuminare e rivelare dentro l'esperienza del viaggio e del cammino. Molto originale la sezione dedicata alla teologia, là dove l'Autore riesce a dimostrare che vi è un legame molto stretto e anche molto probabile, tra nomadismo e monoteismo, come concezione del mondo che rifiuta l'idolatria degli oggetti materiali e finiti per rimanere aperta alla libertà dell'infinito, alla insofferenza del dominio territoriale e stanziale, che genera imperatori, tiranni, politici e finanziari prepotenti che si credono loro stessi dio.

L'Autore dedica alcuni capitoli a scrittori come Goethe, Waugh, Leskov e Bruce Chatwin, per dimostrare come il viaggio sia una scoperta di se stessi, secondo l'affermazione di Guy de Maupassant: "Il viaggio è una porta attraverso la quale si esce dalla realtà conosciuta e si entra in un'altra realtà inesplorata, che assomiglia al sogno".

Nei capitoli successivi l'Autore dedica al viaggio e al turismo alcuni simpatici saggi monografici : uno sul vino, inteso come segno del territorio e della economia della felicità, al punto che oggi le cosiddette "vie del vino" (Weinstrasse) diventano percorsi di gaiezza e di libertà ( i latini chiamavano Bacco anche con il nome di "Liberio"), con la stupenda citazione di Karen Blixen tratta da "Il pranzo di Babette ", nel quale le bottiglie di un buon vino generano un effetto salvifico e liberatorio sulla popolazione di un intero villaggio, dove la gente, fino a quel pranzo, viveva chiusa, gretta, nell'odio reciproco. Tema che viene ripreso in un altro saggio, nel quale l'economia del turismo viene definita "gaia scienza", in contrapposizione alla definizione che di solito si dà all'economia come "scienza triste" (*dismal science*). Un terzo saggio è dedicato a Venezia, meta di viaggi di quasi tutti i poeti e scrittori del mondo intero , con una reviviscenza del "brand della Serenissima" e delle ragioni della sua magia e del suo incanto. Chiudono il libro altri due brevissimi capitoli sul turismo come "marketing del tempo" (perduto e ritrovato), e come manifestazione dell'era dell'accesso, favorito enormemente dal web, con il quale l'uomo spezza i vincoli del tempo e dello spazio, potendo comunicare in tempo reale con tutto il mondo ed essere "presente" (anche se in modo virtuale) qui e altrove. In conclusione, il libro è una vera chiave di lettura, per conoscere le trame più sottili e profonde che stanno dietro al viaggio, cominciando dalla semplice constatazione che l'uomo, con la sua innata inquietezza, ha sempre cercato di andare "altrove" per vivere "altrimenti".

## Indice

<b>Capitolo Primo</b> Il viaggio è l'anima della civiltà	pag, 9
<b>Capitolo Secondo</b> Ermeneutica del viaggio e progetto di vita in W.J.Goethe	pag, 46
<b>Capitolo Terzo</b> Quando viaggiare era un piacere	pag. 70
<b>Capitolo Quarto</b> Vino, segno del territorio e dell'economia della felicità	pag. 92
<b>Capitolo Quinto</b> Attrazione fluviale : un caso esemplare di marketing turistico di una piccola città d'arte	pag. 110
<b>Capitolo Sesto</b> Economia del turismo come gaia scienza	pag. 132
<b>Capitolo Settimo</b> Turismo e cultura a Venezia : il brand della "Serenissima"	pag.141
<b>Capitolo Ottavo</b> Il viaggio e i sensi	pag.151
<b>Capitolo Nono</b> Turismo come marketing del tempo	pag.174
<b>Capitolo Decimo</b> Il turismo e l'era dell'accesso	pag.178

**Dati che servono per fare ordinativi di libri alla casa editrice BOOKSPRINT sono :**

CHIAMARE AL TELEFONO 0828 952032 e chiedere di Caterina