

Un'altra Sicilia. La costruzione turistica del regno antimafia

Carlo Andrea Tassinari

Abstract. Tourism encompasses a variety of semiotic performances overwriting cities' identity. This paper focuses on the rebranding of Palermo as “the capital of antimafia” through an ethnosemiotic analysis of four tours sponsored by the antimafia association Addiopizzo and its touristic spin-off AddiopizzoTravel. The aim of the work is to underscore how the link between antimafia memory and the genius loci of Sicily is built by AddiopizzoTravel, thus revisiting the critical opposition “tourist” vs “traveler” from an “antimafia” perspective. In order to do so, the paper mobilizes the concepts of rhetoric of space and of enunciative praxis, showing how antimafia guided tours reinterpret the cultural and semantic sedimentation embodied by the cityscape. In particular, the analysis illustrates how AddiopizzoTravel carves out an image of “authentic Sicily” from the cultural backdrop of patrimonialization processes Palermo underwent from the 90, and from different, conflicting layers of antimafia memory that its narrative tries to reconcile. With all the difficulties this reconciliation entails.

1. Introduzione

Questo contributo si concentra sull'offerta turistica della cooperativa sociale AddiopizzoTravel. Aperta nel 2009, è uno spin-off dell'associazione Addiopizzo, fondata nel 2006 a Palermo per contrastare l'economia mafiosa attraverso il consumo critico, valorizzando i commercianti che non pagano il pizzo. Attraverso AddiopizzoTravel, appoggiata dall'operatore di turismo responsabile Palma Nana, l'associazione propone di scoprire il territorio in cui vengono offerti beni e servizi “pizzo-free”, valorizzando commercianti che dichiarano la loro opposizione al racket della mafia.

Il corpus principale dell'analisi è costituito da quattro itinerari, e cerca di situare la proposta di senso di AddiopizzoTravel nel quadro generale del rapporto tra costruzione dell'identità territoriale e discorso antimafia. Il fulcro della riflessione riguarda lo spazio e i suoi usi, ma l'indagine include tra i suoi documenti di partenza anche altri tipi di testi: racconti di viaggio, riviste antimafia, politiche urbane, film, affissioni, murali. Nolens volens, il tema “mafia” è uno dei tratti con cui la “sicilianità” si trova a fare i conti quasi dall'invenzione del turismo stesso (D'Eramo 2017), già in epoca post-unitaria¹, e permea da allora i discorsi sull'identità dell'isola in molti ambiti della cultura.

Muovendo da queste considerazioni, l'analisi della costruzione turistica dell'identità di Palermo si propone due principali obiettivi. Da un lato, vuole analizzare la “sicilianità” dell'offerta AddiopizzoTravel come l'effetto di una strategia discorsiva nell'ambito del turismo responsabile. Questa sicilianità, mobilitando i diversi repertori del discorso antimafia, è proposta come oggetto di valore di un'esperienza turistica “alternativa”, in opposizione agli stereotipi del turismo mainstream, sfidando un'associazione ancorata in profondità nell'immaginario italiano e internazionale. Dall'altro lato, l'analisi propone di fare emergere le operazioni di “bricolage” soggiacenti a questo effetto di senso globale. I materiali su cui opera le strategie di AddiopizzoTravel sono in effetti molto eterogenei, quando non in potenziale contrasto tra loro. Analizzare la sovrapposizione tra antimafia e turismo significa allora

¹ Si veda l'interessante raccolta di Carlo Ruta (2003), *I viaggiatori e la mafia*, che riprenderemo in § 6.



interrogarsi sulle operazioni – sui “prassemi”, in termini di prassi enunciativa – che organizzano la coabitazione tra sistemi culturali altrimenti inconciliabili nello stesso processo semiotico – cioè, contestualmente, all’interno della proposta di senso del luogo offerta dagli itinerari turistici.

Questi tentativi di composizione sollevano una domanda generale sulla pertinenza dell’assemblaggio. AddiopizzoTravel vuole ribaltare la concezione di Palermo come “capitale della mafia” e della Sicilia come il suo “regno”²; non negandone, ovviamente, l’esistenza storica, ma valorizzando le numerose lotte ed esperienze sociali di contrasto a Cosa nostra che hanno marcato il territorio – dandosi così anche la possibilità di iscrivere la storia di Addiopizzo in questa genealogia. Ora, la tesi che l’analisi invita a sostenere è che nella traduzione turistica di un’identità siciliana antimafia riemergano, anche contro le intenzioni dei suoi propugnatori, forme di sicilianismo poco adatte a decostruire gli stereotipi che l’offerta turistica Addiopizzo promette di smontare.

Per sviluppare questa idea, cominceremo con l’individuare il nesso tra consumo critico, turismo responsabile e lotta alla mafia. Vedremo che questa relazione muove da un’interrogazione su mafia, antimafia e identità siciliana che, già dagli anni 80 e 90, comincia a orientare le politiche culturali di Palermo, anticipando i suoi sviluppi turistici. In secondo luogo, passeremo in rassegna le tappe dei quattro itinerari analizzati, mostrando come interessino solo alcune porzioni di spazio urbano – sostanzialmente quelle più interessate dagli interventi di riqualificazione degli anni 90 – mentre “cancella” dalla mappa altre fette di città. In terzo luogo, proponiamo una prima articolazione tematica delle tappe scelte dagli itinerari in quattro isotopie, corrispondenti a quattro diverse categorie di luoghi “antimafia”. Nella quarta sezione, torneremo su questa articolazione mostrando come una di queste quattro isotopie, quella apparentemente più genericamente turistica, è in realtà il termine estensivo a partire dal quale è possibile pensare le altre come sue varianti particolari. In questa e nella quinta sezione vedremo come questo rapporto paradigmatico guidi delle operazioni di prassi enunciativa che legano spazio e immaginario, ponendo le condizioni di possibilità per la “patrimonializzazione” e l’“estetizzazione” dell’antimafia.

2. La sfida dell’identità siciliana

Il mattino del 29 giugno 2004, su centinaia di piccoli adesivi listati a lutto attaccati dappertutto per le strade del centro, Palermo ha letto per la prima volta questo messaggio: “UN INTERO POPOLO CHE PAGA IL PIZZO È UN POPOLO SENZA DIGNITÀ”. Il giorno dopo tutti i telegiornali regionali aprivano con questa notizia, in Procura i Pm che si occupano delle indagini sul racket si riunivano con i carabinieri per cercare di capire chi fosse l’autore dell’adesivo [...] L’adesivo non era firmato e tutti pensarono all’iniziativa di qualche commerciante. Ma si trattava del clamoroso gesto di sette cittadini poco meno che trentenni.

Così comincia un articolo pubblicato il 26 gennaio 2006 sul n. 261 della rivista *Segno*. È firmato dai membri fondatori di Addiopizzo, che si costituiscono in associazione due anni dopo questa prima campagna. La scelta della rivista non è casuale. *Segno* nasce a Palermo nel 1975, dall’esperienza culturale del Concilio Vaticano Secondo. Riunisce laici e cattolici intorno a un duplice obiettivo: aprirsi ai problemi della città e denunciare il fenomeno mafioso come intimamente anticristiano. Questa impostazione avrà grande influenza nelle formazioni sociali e politiche di Palermo negli anni 80. Ne avrà, in particolare, sul sindaco di Palermo Leoluca Orlando, fuoriuscito dalla Democrazia Cristiana nel 1991 e cresciuto

² *Nel regno della mafia* è il titolo provocatorio di un pamphlet del 1900 firmato dal parlamentare socialista Napoleone Colajanni. Il libro proponeva un’analisi socio-economica della mafia molto critica nei confronti dei processi d’unificazione del Paese, in opposizione a una lettura del fenomeno come generica tendenza alla criminalità congenita nel meridione e propugnata dalla scuola di Cesare Lombroso (v. Gibson 1998, pp. 111-113).

nei seminari di cultura politica del gesuita Ennio Pintacuda, che nel 1983 si chiedeva: “Se la Sicilia è cattolica [...] perché la mafia?” (cit. in Gavini 2019, p. 10). La domanda, che pone il problema della mafia nell’ottica di una riforma socio-culturale della Sicilia³, sembra accompagnare sia la strategia di rilancio della città degli anni 90, ancora scossa dalle stragi di mafia del 1992, che la formazione nei primi anni 00 del movimento Addiopizzo. Leoluca Orlando, sindaco per la seconda e la terza volta dal 1993 al 2000, investe moltissimo nelle politiche culturali della città (anche nell’obiettivo di rinforzare le condizioni dello sviluppo turistico; v. Maccaglia 2009) proprio per promuovere la riscoperta di un’identità profonda, “onesta” e “gioiosa” di Palermo. Quanto ad Addiopizzo, conviene riprendere la lettura dell’articolo in esergo. I punti di contatto sono molti:

La mafia è innanzitutto una questione che riguarda i siciliani, e da siciliani, cioè da membri di quella comunità che crea e subisce la mafia, allora pensiamo: il nostro popolo ha creato e si è sottomesso alla mafia. *È perverso*: si è fatto schiavo di sé stesso. Ma forse in realtà non ci si sente un popolo, cioè veri siciliani, o più probabilmente, non si ha la forza e il coraggio di esserlo.

Anche in questo caso, la domanda riguarda l’identità della Sicilia. Il problema posto da Pintacuda appare secolarizzato, epurato dalla mediazione religiosa, ma il tema è lo stesso: come si può essere siciliani e mafiosi? Come si può essere noi stessi?

In *Non siamo mai stati moderni*, Bruno Latour (1991) chiarisce che la modernità è, tra le altre cose, un rapporto particolare tra un “noi” e un “loro”, un modo di definire sé stessi come custodi di valori che gli *altri* non saprebbero rispettare. Nell’articolo sopra citato di Addiopizzo, questa relazione si declina nel rapporto tra Sicilia e mafia: un rapporto complesso che, nel non distinguere con sufficiente nettezza l’identità dell’altro, finisce con il compromettere anche l’identità del sé. Per permettere ai *veri siciliani* di manifestarsi agli altri e a sé stessi, superando il loro stato di perversione di un’identità “autentica” e “originaria”, Addiopizzo decide di puntare sulla strategia cognitiva della “sfida” (Greimas, Courtés 1979, p. 192; Greimas 1983, pp. 205-213) – “un popolo che non paga il pizzo è un popolo senza dignità”⁴ – lanciata sul terreno tattico del consumo critico: quel luogo problematico tra la produzione e il comportamento d’acquisto in cui, ispirata all’esperienza internazionale dei movimenti *No global*, fiorisce un discorso etico sulle culture del consumo, in particolare sul consumo dei prodotti “autentici”; come autentica, del resto, è la sicilianità che Addiopizzo, liberandosi dalla perversione della mafia, propone di riscoprire. La tattica è del tutto nuova a Palermo: creare una rete di commercianti con un bollino che testimonia ch’essi non pagano il pizzo: una prestazione che Cosa nostra impone ai commercianti dei quartieri per affermare la propria signoria territoriale e rimpinguare le casse dell’organizzazione (Santino 1995, 2011). Il bollino (Fig. 1) è una testimonianza pubblica, una presa di posizione contro questa signoria territoriale; ma è anche uno strumento cognitivo che dà al consumatore la possibilità di scegliere, e quindi differenziare e valorizzare, prodotti che non partecipano del “potere mafioso”.

³ Come notano gli antropologi Jane e Petere Schneider (1994; 2005, pp. 503-505), questo sguardo “culturale” sulla questione mafiosa assume connotazioni molto diverse negli anni 80 da quelle che aveva fino a un decennio prima. Prima, affermare la “natura culturale” della mafia significava sostenere la sua “non esistenza” in quanto organizzazione criminale, ed era quindi un argomento per sostenere che ci si poteva disinteressare del fenomeno da un punto di vista strettamente legale e politico. Dopo, soprattutto nell’area del “dissenso cattolico” palermitano influenzato dal Concilio Vaticano II, la “cultura” diventa un importante terreno di lotta e riforma sociale sul quale la mafia, la cui esistenza come organizzazione criminale non è più in questione, può e deve essere sfidata e combattuta.

⁴ Fermo restando il quadro concettuale proposto da Greimas (1983), dove la comunicazione è un atto cognitivo che interviene sulla competenza modale dei soggetti, in questo caso il soggetto manipolatore non interviene sul manipolato proponendogli solo un simulacro di sé stesso disgiunto da un “poter-fare”, legato alla dimensione del “coraggio”, ma anche da un “poter-essere”: un popolo senza “dignità” è incapace di mantenersi fedele a sé stesso davanti al sopruso e di opporre resistenza alla perversione della propria identità.

Un'iniziativa che in dieci anni si espande da 100 a 1300 aderenti, ma che poi sembra scontrarsi con un tetto di cristallo (cfr. Forno, Gunnarson 2012, pp. 44-65).



Fig. 1 – A sinistra, l’adesivo listato a lutto della prima campagna Addiopizzo; a destra, il bollino affisso dai negozi aderenti alla campagna di consumo critico.

Il turismo è una manifestazione esemplare dei processi di modernizzazione, e il turista uno dei soggetti più qualificati a sanzionarli e riconoscerli. Nel 2009, Addiopizzo fonda la cooperativa sociale Addiopizzo Travel, che si appoggia al tour operator Palma Nana, specializzato in turismo sostenibile, per organizzare itinerari turistici “Pizzo free”. Sulla scia del consumo etico già abbracciato da Addiopizzo – e in una più generale tendenza alla riconciliazione mitica tra le figure del “turista” e del “viaggiatore” (cfr. Giannitrapani 2010; D’Eramo 2017), discorsivamente progettata – gli itinerari sottopongono la Sicilia allo sguardo dell’altro – Nord Italiano, Nord europeo – con l’obiettivo di ribaltare lo stereotipo che equipara mafia e Sicilia, tipica delle conoscenze superficiali del turista qualunque, e fargli incontrare la Sicilia “autentica”, a cui solo il “vero” viaggiatore ha accesso (Fig. 2). Si tratta di una valorizzazione che Finocchi (2013, 2020) ha efficacemente definito “meta-turistica”. L’esperienza meta-turistica non punta alla disgiunzione totale tra tempo libero e quotidiano, presupposto della “fuga dal quotidiano” del classico “fare turistico”; poggia invece su un’articolazione complessa, compatibile con la saldatura tra cittadinanza e consumo tipica del consumo “critico” o “etico” (Sedda 2012, pp. 191-200), che consente al turista di portare nell’esperienza dell’altrove dei valori etici (l’antimafia) che lo realizzano anche nel suo quotidiano di cittadino/lavoratore. Nel nostro caso, l’acquisizione di questi valori etici passa tanto attraverso atti di meta-consumo, dove il percorso turistico è progettato per congiungere il turista con prodotti locali “mafia-free”, quanto attraverso atti di riscoperta della storia recente della Regione tramite la visita di luoghi della memoria del movimento antimafia, (re-)interpretati dai mediatori culturali di AddiopizzoTravel.



Fig. 2 – Istantanea schermo della home del sito www.addiopizzotravel.it, consultato il 10 ottobre 2022.

3. Gli itinerari

Nell'estate 2020, nel quadro della mia ricerca sulle retoriche dell'antimafia, ho condotto un'osservazione partecipante su quattro di questi itinerari a Palermo e dintorni (Fig. 3).

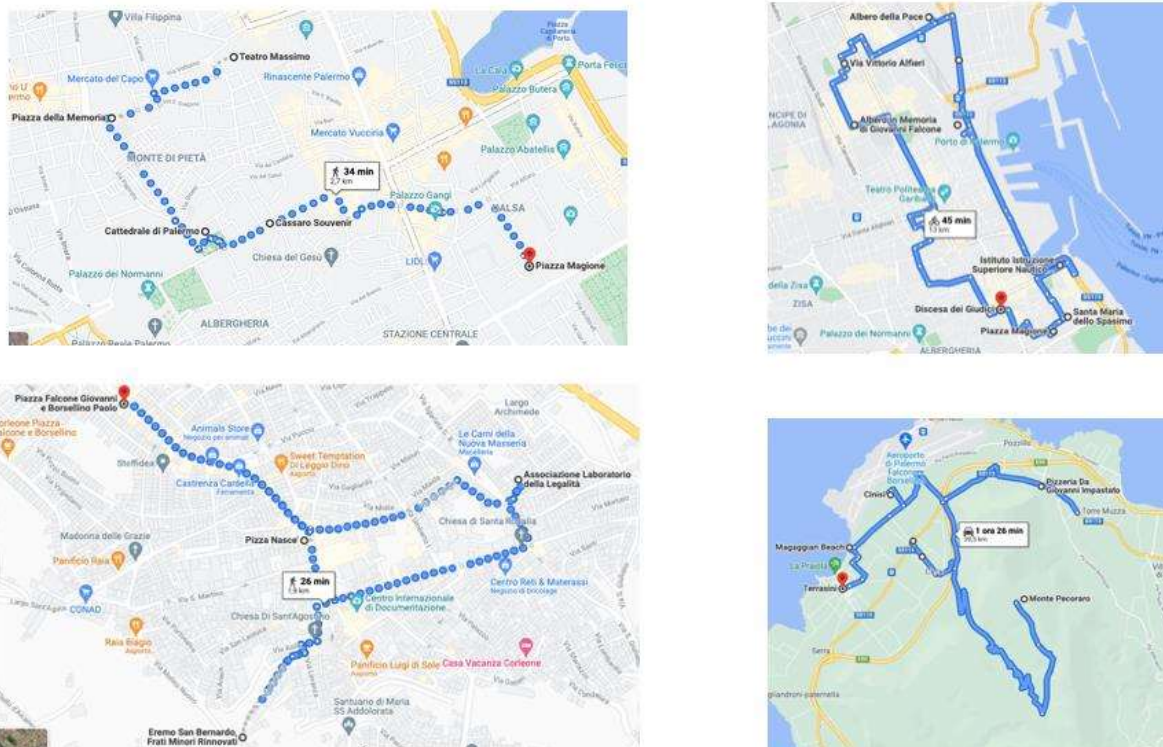


Fig. 3 – Istantanea schermo degli itinerari simulati su GoogleMaps ©; dall'alto, in senso orario: “No mafia Tour”, “No mafia bike Tour”, “Corleone sorprendente” e “Cento passi sulle orme di Peppino”.

Il primo è il “Palermo No Mafia tour”. Si svolge nel centro storico della città. Comincia nel primo pomeriggio e finisce poco prima di cena. Si visita, nell'ordine: il Teatro Massimo, il mercato del Capo, piazza Beati Paoli, il Tribunale di Palermo, la Cattedrale, via Vittorio Emanuele (soffermandosi in un negozio di souvenir con il marchio Addiopizzo), e piazza Magione.

Il secondo, l'“Antimafia Bike tour”, con l'ausilio di bici a nolo, si allarga fino al porto commerciale e rientra nel centro storico passando per via Libertà. Partiamo da un bar con il marchio Addiopizzo in discesa dei Giudici; ci fermiamo in piazza Magione, visitiamo la Chiesa dello Spasimo, il porto turistico (la Cala), il carcere dell'Ucciardone; via D'Amelio; via Vittorio Alfieri (nel punto in cui è stato ucciso Libero Grassi); l'albero Falcone (in via Notarbartolo); poco lontano, sulla stessa strada, ci fermiamo in una gelateria col bollino Addiopizzo; infine torniamo in discesa dei giudici per rendere le bici a nolo e commentare insieme l'esperienza.

Il terzo itinerario si intitola: “Cento passi sulle orme di Peppino Impastato”. Si svolge tra Cinisi e Terrasini, a 10 km da Palermo, vicino all'aeroporto di Punta Raisi. L'itinerario si svolge in macchina privata, scendendo a ogni tappa. Ci si ritrova a Cinisi, al bar-pasticceria Palazzolo, aderente a Addiopizzo; si passa la mattina a Casa Memoria, accolti dal fratello di Peppino Impastato, Giovanni; si sale su una collina dietro il paese, cercando di riprodurre un'inquadratura del film *I cento passi*, di Marco Tullio Giordana; poi si scende e si va a pranzo alla pizzeria di Giovanni Impastato; quindi si visita il casolare della vicina Terrasini dove si è svolta parte dell'aggressione a Impastato; infine, il gruppo si scioglie sotto la vecchia sede di Radio Aut.

Infine, il quarto itinerario è chiamato “Corleone sorprendente”: la guida dà appuntamento al gruppo alla stazione di Palermo da cui si prende un bus per Corleone, dove ci si sposta a piedi. Visitiamo piazza Nascè, dove si trova il busto del sindaco socialista e ex-sindacalista Bernardino Verro, ucciso dalla mafia nel 1915; il Castello Soprano, un tempo adibito a carcere dove soggiornarono due giovanissimi Totò Riina e Bernardo Provenzano; il Laboratorio della legalità, bene confiscato a Bernardo Provenzano e gestito da una lontana parente del boss corleonese Leoluca Bagarella; infine una pausa prima di rientrare a Palermo “in quel bar – cito la guida – dove *non* ci sono le fotografie de *Il padrino*”. Infine, nel pomeriggio, si torna in bus.

In questo contributo non riusciremo a proporre una dettagliata segmentazione di ciascun itinerario. Il nostro obiettivo, come anticipato, è solo sottolineare la costruzione dell’oggetto di valore sicilianità concentrandoci su alcune operazioni strategiche (in § 5 e 6). Ci limiteremo qui a notare la distribuzione delle tappe in alcune zone della città già semanticamente marcate. A questo scopo, è utile richiamare l’analisi di Giannitrapani e Bruccheri (2009) e Giannitrapani (2010) su un corpus di celebri guide turistiche (*Le Routard, Lonely Planet*), tra cui 4 guide su Palermo. Le guide sono tutte pubblicate negli anni 00, prima della fondazione di AddiopizzoTravel. Riprendendo il modello di semantica dello spazio di Rastier (2001), le autrici mostrano che le immagini di città emergenti dalle guide si lasciano scomporre in tre zone.

1. Nella zona “identitaria” si concentrano le attrazioni valorizzate come “esotiche” e “pittoresche”, vero fulcro dell’esperienza turistica classica; nel caso di Palermo si tratta del centro storico, dove il turista è invitato a lanciarsi con voluttà, apprezzandone mercati, piazze e monumenti.

2. Nella zona “prossima” si concentrano luoghi e servizi associati alla modernità. È comoda, ma assomiglia troppo poco all’altrove e all’allora agognati dal turista (quella rottura spazio-temporale definitoria del fare turismo secondo Finocchi 2013, 2020). Si tratta dell’asse che si sviluppa intorno a via Libertà, a nord di piazza Castelnuovo, che la divide dal centro storico (Giannitrapani 2010, p. 46).

3. La zona “distale” è “un mondo assente”, “facoltativo”, una costellazione distaccata di “punti che non sono del tutto interni al tessuto urbano, ma nemmeno del tutto estranei” (*ivi*, p. 47). Sono “i dintorni” che, come Mondello, Monte Pellegrino, o Monreale, offrono una “vacanza nella vacanza”, permettendo di “staccare” dal centro.

Gli itinerari AddiopizzoTravel non si discostano da questa schematizzazione “standard” di Palermo. Il “No mafia tour” è confinato nella classica zona identitaria, il “No mafia bike” tour parte da quella identitaria e la lega a quella “prossimale”, mentre “Corleone sorprendente” e “Cento passi” sono varianti sul tema della destinazione “distale”. La sintassi dello spazio turistico si trova sostanzialmente confermata. Anche in ciò a cui non lascia spazio, cancellandolo dalla mappa. Tutta la vasta periferia di Palermo che va da Borgovecchio alla Zona Espansione Nord, o a sud da Brancaccio, a Ciaculli, a Romagnolo, è letteralmente cancellata dalle guide, come se non avesse alcun valore significativo: è desemantizzata, quando non viene esplicitamente sconsigliata, colpita dallo stigma del non-dover-essere vista perché marcata come luogo pericoloso o sgradevole. Se questo può non sorprendere per le guide più comuni, è curioso per AddiopizzoTravel, durante i cui tour, nella mia esperienza, le periferie sono evocate solo in risposte a domande dirette come luoghi “difficili”, in cui si ammette che la mafia “c’è ancora”. Tuttavia l’immagine di Palermo che fa da sfondo a questa selezione tutto sommato così conforme alla sintassi spaziale del turismo non è un’invenzione delle guide turistiche più commerciali. C’è un legame più profondo tra antimafia, politiche culturali e turismo che emerge dall’esperienza di visita. Ci torneremo in § 6.

4. Stili di percorrenza

Le visite guidate sono oggetti complessi che generano, tenendoli insieme, spazi (enunciati e enuncianti) e corpi (individuali e collettivi). Secondo una tradizione semiotica ormai stabilita, ogni movimento all’interno di uno spazio, in particolare se densamente popolato di significati sedimentati, è un atto di

enunciazione che designa luoghi pertinenti al percorso e ne attiva determinati sensi possibili a scapito di altri (cfr. de Certeau 1980; Marrone 2009; Giannitrapani 2010). AddiopizzoTravel ha un modo particolare di pertinentizzare Palermo, di attivare i sensi dei luoghi e di legarli insieme insistendovi o passandovi rapidamente. Si tratta di uno “stile di percorrenza” che dà la possibilità ai turisti di assumere diversi ruoli tematici alimentando tra loro alcune piccole asimmetrie interne ed esterne al gruppo – ultimi residui dell’antica competizione di classe tra i ruoli del “turista” e del “viaggiatore” (v. D’Eramo 2017), essenziale per mettere a tema l’“autenticità” proposta da AddiopizzoTravel.

Questi piccoli divari si manifestano in primo luogo nell’opposizione tra stazionamento e movimento. Durante lo stazionamento la guida si rivolge a tutto il gruppo, avviando un tipo di comunicazione uno a molti, e servendosi del corpo collettivo del drappello per creare uno spazio enunciante – composto dal pubblico a semicerchio il cui sguardo è catturato dal corpo della guida – e uno spazio enunciato – quello alle spalle della guida. Il luogo che la guida si lascia alle spalle viene in effetti marcato come luogo d’interesse: manifestazione spaziale dei valori locali che il discorso rivolto ai turisti ha l’obbiettivo d’esplicitare. Discorso, luogo d’interesse e corpo della guida formano una ribalta posta di fronte al drappello dei turisti, spesso disposti a semi-cerchio come il pubblico di un teatro.

Non tutta la performance, tuttavia, assume l’orientamento unidirezionale della comunicazione teatrale. Alla fine dell’allocuzione – o in alcuni dei suoi punti strategici – la guida sollecita o accoglie domande, permettendo così ad alcuni turisti di emergere dal drappello. Si instaura così una dialettica tra la guida e alcuni turisti la cui voce entra a far parte del paesaggio sonoro della visita. Questa *personalizzazione e individualizzazione* della comunicazione si esplicita maggiormente negli spostamenti tra una meta e l’altra. In movimento, la guida indicizza lo spazio circostante rivolgendosi solo ai primi della fila, se non proprio a uno o due interlocutori, e si serve del proprio corpo per referenzializzare l’ambiente con deittici verbali (“ecco qui”, “sentite”) o visivi (movimento degli occhi, dita puntate).

In queste interazioni più intime e personali, emergono gli aspetti sincretici dello spazio: dettagli del paesaggio sonoro o olfattivo, come le *abbanniate* nei mercati rionali o l’odore mattiniero della salsa di pomodoro. Aspetti che vengono comunicati approfittando della confidenzialità che consente di parlare di presenti – i locali – come se non ci fossero, proprio quando ci si passa in mezzo. Siamo passati nel “dietro le quinte” dello spazio enunciato.

Abbiamo così due modi dello spazio – ribalta e retroscena – che si collegano a due tipi ideali di turisti, dando luogo a differenti retoriche spaziali della visita. Le interazioni – più orizzontali e personali – che hanno luogo negli spazi di retroscena permettono ad alcuni turisti di sottolinearsi per curiosità e competenza sul luogo. Un nuovo contratto enunciativo, più ristretto e fondato sulla condivisione di esperienze e competenze estetiche, emerge dall’alveo di una relazione fiduciaria basata sul valore cognitivo della veridicità e della rilevanza delle informazioni. Questo consente un recupero parziale del divario cognitivo con la guida, ma aumenta quello tra turisti, garantendo all’esperienza un supplemento di autenticità. Questo divario riprende in modo ricorsivo il fondamento polemico della cornice di comunicazione più generale, distintiva della strategia di posizionamento di AddiopizzoTravel: quello che equipara il turista standard, che non cerca la “vera Sicilia” di Addiopizzo, a qualcuno che si accontenta della falsità e della semplificazione dello “stereotipo”.

5. Isotopie

Quali sono i tratti semantici che danno coerenza interna agli spazi così “messi in cornice” dagli itinerari? A un primo sguardo, che fa appello a un livello di competenza media di un turista informato dalle guide turistiche su Palermo e la Sicilia, e che partecipa ai tour per la prima volta, è possibile distinguere quattro isotopie, quattro grandi insiemi di ridondanze che accomunano le tappe di ciascun tour.

Potremmo definire la prima come “isotopia monumentale”. Lega piazze, strade e monumenti pubblici segnalati in tutte le guide turistiche di Palermo e dintorni. Sono il Teatro Massimo, il mercato del Capo, la Cala, la Chiesa dello Spasimo. Apparentemente, questo insieme sembra retto dall’opposizione squisitamente “turistica” tra grandioso e pittoresco. Sono, per ragioni non così ovvie, luoghi concentrati negli itinerari palermitani.

La seconda è costituita da “luoghi della memoria” di vittime di mafia. Comprende sia spazi pubblici che privati, ma anche i luoghi istituzionali che hanno rappresentato le vittorie dello Stato su Cosa Nostra. A Palermo, sono piazza della Memoria dietro al Tribunale, dove un complesso scultoreo e delle incisioni sulle scalinate ricordano i magistrati uccisi dalla mafia; piazza Magione alla Kalsa, dove Falcone e Borsellino sono nati e cresciuti; il carcere dell’Ucciardone; via D’Amelio, dove è stato ucciso Paolo Borsellino; via Notarbartolo, dove si trova “l’albero Falcone”. A Corleone sono piazza Nascè, dove si trova la statua di Bernardino Verro, sindaco socialista del paese assassinato dalla mafia nel 1915; e il Laboratorio della legalità, centro di attività rivolte ai giovani ricavato da un bene confiscato a Bernardo Provenzano. A Cinisi, sono Casa memoria, la casa della madre di Peppino Impastato, Felicia Bartolotta, e del fratello Giovanni; e la vecchia sede di Radio Aut, poco lontano, a Terrasini. Sono tutti luoghi della memoria.

Il terzo gruppo sono i luoghi legati all’esperienza Addiopizzo, antimafia del presente. Se i precedenti sono i luoghi della memoria, questi sono i “luoghi dell’azione”. Si tratta in primis di negozi con il bollino, ma anche luoghi legati istituzionalmente all’associazione: per esempio piazza Magione, che oltre a trovarsi nel quartiere in cui nascono Falcone e Borsellino, la Kalsa, è anche il luogo in cui ha sede AddioPizzo. L’opposizione pertinente, in questo caso, è tra turismo e consumo antimafia, “consapevole” (prodotti e servizi turistici offerti o sponsorizzati da Addiopizzo e Addiopizzo Travel) e turismo e consumo non-Antimafia, “inconsapevole” (gli altri). Ecco che ritroviamo, in altra forma, la mitica competizione tra il semplice turista e il vero viaggiatore.

Il quarto gruppo è costituito dai luoghi dell’immaginario del *mafia movie* (cfr. Morreale 2020), con il quale Addiopizzo Travel è talvolta in conflitto, talvolta in accordo. Si tratta di nuovo del Teatro Massimo, dove è stata girata la scena finale del Padrino III; dei bar Corleonesi in cui ci sono le foto del Padrino, che si evitano a beneficio di altri bar; e soprattutto della collina di Cinisi, da cui l’Impastato de *I cento passi*, interpretato da Luigi Lo Cascio e diretto dal regista Marco Tullio Giordana, pronuncia un discorso memorabile. In questo caso, l’isotopia è articolata dall’opposizione miti di mafia e agiografie antimafia.

6. Antimafia e “monumenti-logo”

Il fatto che alcuni luoghi siano presi in più isotopie avverte dell’instabilità della categorizzazione, e sprona a uno sguardo più attento. In questa ripartizione, ad esempio, il primo gruppo sembra una mera concessione alle attese turistiche più scontate. Ma ha, in realtà, un ruolo strategico. L’isotopia che lo individua non è una semplice concessione al “turista-non-viaggiatore”, ma anche un connettore isotopico molto particolare. Nelle parole delle guide, la Chiesa dello Spasimo e il Teatro Massimo sono segni chiari che la città di Palermo è profondamente cambiata. Non, ovviamente, perché si tratta di edifici nuovi. Ma perché, dicono, questi luoghi sono stati per anni “sottratti ai palermitani” e che solo negli anni 90 (rispettivamente nel 1995 e nel 1997), sotto la terza giunta del cinque volte sindaco Leoluca Orlando, sono stati “restituiti” ai cittadini. È proprio al Teatro Massimo, infatti, che Orlando cerca e trova la sanzione del suo terzo mandato, accogliendovi il convegno ONU sul crimine organizzato internazionale e proclamando Palermo “capitale dell’antimafia” (Schneider, Schneider 2001). Ed è da qui, e da questa storia, che comincia il No mafia Tour.

Soffermarsi su queste tappe dei percorsi è uno spunto per tornare criticamente sull’omologazione di de Certeau tra langue e schema topografico della città da un lato, e parole e percorso d’attraversamento dall’altro: sullo sfondo degli usi dello spazio che stiamo analizzando non c’è un sistema virtuale chiuso

come quello della langue, ma piuttosto una sedimentazione di discorsi precedenti, potenzializzati, registrati nella memoria enciclopedica, quindi riattualizzati e realizzati in nuovi frammenti di discorso spaziale. Come ha recentemente ricordato Tarcisio Lancioni (2022) a proposito dello “spessore” delle opere d’arte, è più opportuno parlare in questo caso di “prassi enunciativa” (Greimas, Fontanille 1991; Fontanille, Zilberberg 1998; Marrone 2008) che di “enunciazione” propriamente detta. È proprio su questo piano che i luoghi più turistici in senso “classico” rivelano, in realtà, un elemento di originalità che ne rende coerente l’accostamento con i luoghi della memoria del movimento antimafia degli anni 90; ed è sempre a questo livello di analisi che sarà interessante notare particolari accorgimenti adottati nell’evocare personaggi più lontani nel tempo, come Peppino Impastato.

A ben vedere in effetti, l’efficacia del racconto della guida può contare su uno sfondo narrativo più profondo, già promosso dall’amministrazione Orlando e basato su un’intelligenza figurale (Greimas 1984; Cavicchioli 2002) che articola i termini dell’“aperto” e del “chiuso” a un racconto di redenzione (Puccio-Den 2009). Se è stata l’incuria delle giunte precedenti a lasciare in stato d’abbandono questi beni, è perché si trattava di giunte compromesse con la mafia, guidate da Salvo Lima e Vito Ciancimino. Allo stesso modo, la riapertura, che diviene una figura della ri-attribuzione, testimonia al contrario l’intervento di una giunta in lotta contro la mafia, insieme, in quel periodo, a una città ancora indignata dagli assassini di Falcone e Borsellino. Nel raccontare l’identità di Palermo attraverso i suoi “monumenti logo” (Pezzini 2006), il discorso turistico riprende quindi una topica orlandiana che articola apertura e chiusura, passato e presente, mafia e antimafia. Come spiega bene Sean Wyer⁵, il passato mafioso viene definito come una forma di “introversione” a cui il “risveglio”, dopo le stragi di Capaci e via D’Amelio, pone rimedio, “riaprendo” Palermo a sé stessa e al mondo. Questa operazione è stata condotta tramite un’attenta politica culturale da parte dell’amministrazione comunale che, mentre ripatrimonializzava la città come forma di restituzione antimafia – anche tramite un ambizioso piano regolatore approvato negli anni 90 – individuava proprio nel turismo uno dei settori chiave del rilancio economico cittadino (cfr. Maccaglia 2009).

Questa tendenza non è sostanzialmente mutata nella parentesi dell’amministrazione di centrodestra degli anni 00, ed è stata rilanciata dallo stesso Orlando nella sua quarta e quinta sindacatura negli anni 10. All’interno dei tour, la tappa più emblematica e significativa di questo concatenamento tra patrimonio culturale, turismo e antimafia relativa alla “nuova stagione” è rappresentata dallo stazionamento alla Cala. Da qui è possibile ammirare una riproduzione murale di più di dodici metri della fotografia di Tony Gentile: forse l’immagine più celebre di Falcone e Borsellino, ritratti mentre scherzano, spalla a spalla. Il murale, realizzato nel 2017 dietro richiesta dell’amministrazione, si rivolge non solo ai passeggiatori palermitani che godono del lungomare, oggetto di riqualificazione negli anni 00 (cfr. Marrone 2010), ma anche ai turisti che arrivano a Palermo in nave. Ancor prima dell’attracco, possono identificare in questa immagine-simbolo un “marker” dell’identità cittadina (cfr. Marrone, Pezzini 2006; Virgolin, Pezzini 2020), nuovo focus dell’immagine panoramica della vecchia “conca d’oro” ammirata in un celebre passaggio dei racconti di viaggio di Goethe (cfr. Giannitrapani 2010). Al suo cospetto, la guida del No mafia bike tour si ferma a lungo, raccontando non tanto la storia della fotografia, la cui costruzione significativa viene data per scontato, quanto quella dei due magistrati uccisi dalle bombe e del “risveglio” provocato nella coscienza dei cittadini (Fig. 4). Questo “risveglio”, già circondato da un’aura sacrale dalla dimensione sovrumana dell’immagine che si invita a contemplare, assume il valore di una vera e propria conversione davanti alla Cattedrale di Palermo, dove la guida racconta della messa del 9 maggio del 1993 in cui Papa Giovanni Paolo II, ad Agrigento, dopo l’assassinio di Rosario Livatino e pochi mesi prima di quello del parroco di Brancaccio Pino Puglisi, urla con veemenza “Mafiosi, convertitevi!”.

⁵ Mi riferisco al progetto di dottorato di S. Wyer, che sta svolgendo una ricerca dal titolo *Constructing Convivenza: Multicultural Heritage and Cosmopolitan Rhetoric in Contemporary Palermo*, presso l’Università della California.



Fig. 4 –A sinistra, il murale di Falcone e Borsellino alla Cala; a destra, una sua riproduzione fotografica all'interno di un'affissione pubblicitaria di AddiopizzoTravel posta agli arrivi dell'aeroporto di Palermo, anch'esso intitolato a "Falcone e Borsellino". L'antimafia presidia i principali ingressi turistici della città.

Da questi esempi emerge con chiarezza come le retoriche dello spazio turistico si configurino come una vera e propria prassi enunciativa (Fontanille, Zilberberg 1998), dove lo sfondo urbano, già virtualmente progettato per uno sguardo esterno, viene attualizzato nel percorso-enunciato come un processo narrativo di ricostruzione dell'identità locale. Nello svolgersi di questo processo si conferma il racconto di fondazione d'Addiopizzo che vede la mafia come *crisi d'identità di Palermo, della Sicilia, del Meridione*. Insomma, di un "popolo". Nel giro a piedi per Palermo per esempio, sempre di fronte al Teatro Massimo, la guida riprende questo concetto affermando che i "valori mafiosi" sono una "perversione dei valori siciliani", come il "clientelismo" sarebbe una perversione del "legame d'amicizia".

Questa idea sostanzialmente "etnica" – coerente con la scelta lessicale del motto Addiopizzo, costruito intorno ai lessemi "dignità" e "popolo" – sembra lo specchio negativo di quanto scriveva la viaggiatrice inglese Lady Frances Elliot, autrice di *The Diary of an Idle Woman in Sicily*, del 1881 (in Ruta 2003). Il racconto di viaggio è contenuto in un'anonima quanto suggestiva raccolta intitolata *I viaggiatori e la mafia* (2001), ritrovata in uno dei numerosi negozi di libri usati concentrati in una delle arterie più frequentate dai turisti a Palermo, via Vittorio Emanuele (la stessa in cui ci fermiamo al negozio di souvenir con bollino Addiopizzo). Riportiamone un estratto: "Finché i siciliani, specialmente i palermitani e i grigentini, saranno quelli che sono, [per sconfiggere la mafia] l'intera isola dovrebbe essere incriminata, imprigionata, impiccata, sventrata e squartata". Non è difficile notare che la sicilianità che Addiopizzo propone di riscoprire è un perfetto, simmetrico ribaltamento di questa forma di antimeridionalismo. Sia Lady Elliott che la guida veicolano una visione monolitica e essenzialistica della Sicilia, complessificata solo dal ricorso, invertito, alle categorie dell'essere e dell'apparire. Per Elliott l'essenza della Sicilia è la mafia, mentre il resto è l'apparenza dietro cui la mafiosità profonda si nasconde; nelle parole della guida, invece – come anche nella lettera con cui Addiopizzo si svela al mondo – la mafia è la manifestazione di una malattia dello spirito – una "perversione", appunto – di un nocciolo antropologico essenzialmente sano, ma sepolto e mascherato dalla patologia mafiosa. Entrambi, tuttavia, si muovono nello spazio della stessa categoria semantica: un *genius loci* mitico, profondo, inalterabile, che si oppone alle mobili apparenze che si offrono al turista standard.

A dare corpo a questo spirito atemporale interviene la teoria degli avi. Tutti i precursori di Addiopizzo, “l’antimafia” del passato, si definiscono in primo luogo per l’appartenenza a un medesimo “popolo”. Per esempio a piazza Magione – sia all’antimafia Bike Tour che al Palermo No mafia tour – ci spiegano che se Falcone ha convinto Tommaso Buscetta a collaborare con la giustizia è proprio perché erano entrambi palermitani. Così avviene anche nel ripercorrere la storia del sindacalismo agrario a Corleone, davanti alla statua del sindaco socialista Bernardino Verro, in piazza Nascè, dove l’intento esplicito è mostrare che esiste “un’altra Sicilia” – e un’altra Corleone – del tutto diverse da quelle popolarizzate, da un lato, dalla guerra di mafia degli anni 80, e dall’altro dai film de *Il Padrino*.

7. Bellezza e lotta di classe: fluttuazioni ideologiche

Quest’altra Palermo, *quest’altra* Corleone, *quest’altra* Sicilia, *quest’altra* concezione della famiglia, coincidono in effetti con un’immagine paciosa del Sud nel quale le lotte contadine di Corleone, la militanza di Impastato negli anni 60 e 70 e le inchieste di Falcone e Borsellino degli anni 80 tendono ad amalgamarsi, come forma di negazione dello stereotipo che Addiopizzo pone come obiettivo polemico, anche come concorrente commerciale. L’esempio più chiaro di questo effetto-amalgama (cfr. Zilberberg 2019) è la costruzione della veduta di Cinisi nell’itinerario “Cento passi sulle orme di Peppino Impastato”, del quale vorremmo mettere a fuoco un passaggio esemplare. Dopo la visita a Casa memoria, la guida ci conduce su Monte Pecoraro, il monte alle spalle di Cinisi da cui è possibile abbracciare con un solo colpo d’occhio Cinisi, l’Aeroporto di Punta Raisi e Terrasini, tenendo insieme rispettivamente i luoghi dell’infanzia mafiosa, della prima militanza in difesa del paesaggio contro la costruzione della terza pista dell’aeroporto e della sua opera più famosa, Radio Aut, con sede appunto a Cinisi. Ma questa veduta è anche, viene ricordato, quanto viene visto da Giuseppe Lo Cascio quando interpreta Giuseppe Impastato nel film di Marco Tullio Giordana in una delle scene più celebri. Nel film, Peppino, insieme all’amico Salvo Vitale, è in cima al monte con l’aeroporto sullo sfondo (Fig. 5).



Fig. 5 – Montaggio dell’inquadratura del film *Cento passi* (a sx) e del panorama indicato dalla guida durante il percorso “Cento passi sulle orme di Peppino Impastato” (a dx). Foto dell’autore.

In questa scena, Lo Cascio pronuncia uno dei monologhi più citati del film:

PEPPINO: Sai cosa penso?

SALVO: Cosa?

PEPPINO: Che questa pista in fondo non è brutta. Anzi

SALVO [ride]: Ma che dici?!

PEPPINO: Vista così, dall’alto ... guardandosi intorno sale qua e potrebbe anche pensare che la natura vince sempre ... che è ancora più forte dell’uomo. Invece non è così ... in fondo le cose, anche le peggiori, una volta fatte ... poi trovano una logica, una giustificazione per il solo fatto di esistere! Fanno ’ste case schifose, con le finestre di alluminio, i balconcini ... mi segui?

SALVO: Ti sto seguendo



PEPPINO: ... Senza intonaco, i muri di mattoni vivi ... la gente ci va ad abitare, ci mette le tendine, i gerani, la biancheria appesa, la televisione ... e dopo un po' tutto fa parte del paesaggio, c'è, esiste ... nessuno si ricorda più di com'era prima. Non ci vuole niente a distruggerla la bellezza ...

SALVO: E allora?

PEPPINO: E allora forse più che la politica, la lotta di classe, la coscienza e tutte 'ste fesserie ... bisognerebbe ricordare alla gente cos'è la bellezza. Insegnargli a riconoscerla. A difenderla. Capisci?

SALVO: (perplesso) La bellezza...

PEPPINO: Sì, la bellezza. È importante la bellezza. Da quella scende giù tutto il resto.

Salvo Vitale – quello che tutt'ora abita a Cinisi, non il personaggio del film – assicura su *Antimafia2000* che questo dialogo non ha mai avuto luogo e che, nel quadro della loro comune militanza in *Lotta continua* e poi in *Democrazia proletaria*, sarebbe stata ideologicamente inaccettabile⁶. Più della veridicità delle parole, per noi è interessante questa incompatibilità ideologica. Essa è molto significativa del modo in cui il film riattualizza nel 2000 la memoria di Impastato, il cui profilo antimafia cancella completamente una forma d'impegno politico cui si suppone gli spettatori del film sarebbero stati poco sensibili. Tuttavia è facile vedere come questa forma di antimafia si renda disponibile a un'estetizzazione che, ancora in termini di prassi enunciativa, si presenta come una forma di virtualizzazione di forme semiotiche inerenti le conflittualità politiche (la "lotta di classe") concomitante alla realizzazione di un'isotopia estetica ("la bellezza"), che illustra ciò che Paolucci (2020), al seguito di Fontanille e Zilberberg, definisce "fluttuazione ideologica".

Questa operazione è compatibile con l'estetica del turismo etico di AddiopizzoTravel, la cui guida dichiara di sentirsi, con i colleghi, un erede di Peppino Impastato. Indubbiamente lo è, ma non è secondario sottolineare di quale Impastato si stia qui ereditando: quello del film del 2000, non quello di cui i compagni di militanza conservano la memoria. In questo caso, è il testo filmico a funzionare come sfondo virtuale dal quale attingere per dare senso al luogo; un luogo che la visita interpreta come spazio panoramico dove, tramite la referenzializzazione indicale e immaginaria, viene visualizzato il paesaggio affettivo di Peppino mediato dal film. Se vogliamo, l'Impastato di Giordana faceva già turismo, un po' come Orlando con le sue "riaperture". Lezione recepita da Addiopizzo Travel, la cui sezione del sito dedicata ai viaggi studio, non a caso, è intitolata: "Bellezza è impegno"⁷; dove, attraverso il discorso turistico antimafia, il senso dell'impegno slitta surrettiziamente dal terreno dell'impegno ideologico su quello, sociale e non-conflittuale, del consumo critico e della rivalutazione del patrimonio e del paesaggio.

8. Conclusione

Da questa idea di antimafia come risveglio della coscienza, in definitiva, emerge per presupposizione una visione culturalista della sicilianità che, mentre un tempo era legata alla "mafiosità", oggi viene ricostituita in una polarità essenzialmente positiva, ottimistica, ma non meno stereotipata e legata alla simpatia condiscendente verso un sud solare, amichevole e mansueto. Così quei tratti di apertura, socialità e multiculturalismo che il discorso degli operatori, derivato dalla retorica orlandiana, attribuisce a Palermo e alla Sicilia, promanano, ci sembra, da una visione essenzialistica della Sicilia e della sicilianità.

In questo racconto, la storia della Sicilia è definita da caratteri isolani intrinseci che provengono, ribaltati, da uno sguardo esterno ancorato a "marker" identitari. Al suo interno, mafia e antimafia sembrano ricongiungersi in una comune forma di "auto-orientalismo", secondo l'azzeccata espressione proposta dall'antropologa Jane Schneider nel volume collettivo, *Italy's Southern Question: Orientalism in One*

⁶ www.antimafiaduemila.com/home/opinioni/235-politica/48010-la-bellezza-e-peppino-impastato.html; v. anche Santino (2001).

⁷ www.addiopizzotravel.it/default.asp?p=viaggiostudio&tour=1&hl=it&sort=0.

Country (1998). Il libro ricostruisce un dibattito antico: quello che, tra sicilianismo e antisicilianismo, ha egemonizzato la formazione della “questione meridionale”. A una Sicilia afflitta da mali sempre esogeni – come lo Stato predatore, l’ingordigia dei potenti, le continue invasioni⁸, l’influenza degli americani⁹ – si oppone una Sicilia causa di ogni suo male, “antropologicamente” afflitta da mefitiche perversioni interne – come la tendenza congenita al sangue e alla truffa che abbiamo ritrovato presso Lady Elliot, e che ritroviamo nelle interpretazioni della scuola di Cesare Lombroso nelle tesi che assimilano mafia e banditismo. Queste due opposte visioni concorderanno però su un punto: una rigida divisione tra interno ed esterno dell’isola che ne confermerà, in ogni caso, un carattere eccezionale rispetto alla norma rappresentata dall’altrove. Ricordiamo a questo proposito che uno degli slogan orlandiani più celebri degli anni 90 era “Palermo: una città normale”. Indubbiamente, un posto perfetto per fare turismo.

⁸ Oltre ai contributi del volume di Schneider (1998) sul contesto post-unitario, per un uso strategico di questi tropismi nella storia recente dell’antimafia e in particolare nel discorso orlandiano si veda Puccio-Den (2009).

⁹ Si veda la tesi che ritroviamo anche nel recente film di Pif, *In guerra per amore* (2016), secondo la quale la mafia sarebbe stata reimpiantata in Sicilia dall’intervento di liberazione americano, pesantemente influenzato dal gangster Lucky Luciano.



Bibliografia

Nel testo, l'anno che accompagna i rinvii bibliografici è quello dell'edizione in lingua originale, mentre i rimandi ai numeri di pagina si riferiscono alla traduzione italiana, qualora sia presente nella bibliografia.

- Cavicchioli, S., 2002, *I sensi, lo spazio, gli umori*, Milano, Bompiani.
- de Certeau, M., 1980, *L'invention du quotidien. 1. Arts de faire*, Paris, Gallimard.
- D'Eramo, M., 2017, *Il selfie del mondo*, Milano, Feltrinelli.
- Finocchi, R., 2013, "Passioni turistiche. Semiotica ed estetica del fare turistico", in *RIFL – Rivista Italiana di Filosofia del Linguaggio*, vol. VII, n. 1, pp. 40-57.
- Finocchi, R., 2020, "Fare turismo. Pratiche e pertinenze", in L. Virgolin, I. Pezzini, a cura, *Usi e piaceri del turismo. Percorsi semiotici*, Torino, Aracne, pp. 57-75.
- Fontanille, J., Zilberberg, C., 1998, *Tension et signification*, Hayen, Mardaga.
- Forno, F., Gunnarson, C., 2012, "Everyday Shopping to Fight the Italian Mafia", in M. Michelette, A. McFarland, a cura, *Creative Participation. Responsibility-Taking in the Political World*, London, Routledge, pp. 102-126.
- Gavini, D., 2019, "L'utopia palermitana: i gesuiti nella "primavera" dell'antimafia", in *Laboratoire italien* (on-line), n. 22, pp. 1-19, www.journals.openedition.org/laboratoireitalien/
- Giannitrapani, A., 2010, *Viaggiare: istruzioni per l'uso. Semiotica delle guide turistiche*, Roma, ETS.
- Gibson, M., 1998, "Race and Deviancy in Italian Criminology", in J. Schneider, a cura, *Italy's Southern Question: Orientalism in One Country*, Londra, Routledge, pp. 99-115.
- Greimas, A.J., Courtés, J., 1979, *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Hachette, Parigi; trad. it. 2004, *Semiotica. Dizionario ragionato della teoria del linguaggio*, a cura di P. Fabbri, Milano, Mondadori.
- Greimas, A.J., 1983, *Du sens 2*, Paris, Seuil; trad. it. *Del senso II. Narratività, modalità, passioni*, Milano, Bompiani 1984.
- Lancioni, T., 2022, "La peste de la citation. Quelques réflexions sur la nature de Jasper Johns, à partir de Louis Marin", in *Actes sémiotiques*, n. 127, www.unilim.fr/actes-semiotiques/7735, consultato l'08/01/2023.
- Maccaglia, F., 2009, "Redonner forme et vie au centre historique de Palerme (Sicile). Retour sur une expérience de développement territoriale et de requalification urbaine", in *Urban History Review / Revue d'histoire urbaine*, Vol. 37, No. 2, Special Issue: "Downtowns, Past and Present", Spring 2009 printemps, pp. 40-52.
- Marrone, G., 2008, *Il discorso di marca. Modelli semiotici per il branding*, Roma-Bari, Laterza.
- Marrone, G., 2009, "Dieci tesi per una semiotica della città. Appunti osservazioni proposte", in *Versus. Quaderni di studi semiotici*, nn. 109-111, pp. 11-46.
- Marrone, G., a cura, 2010, *Palermo. Ipotesi per una semiotica urbana*, Roma, Carocci.
- Marrone, G., Pezzini, I., a cura, 2006, *Senso e metropoli. Per una semiotica posturbana*, Roma, Meltemi.
- Michelette, M., McFarland, A., a cura, 2012, *Creative Participation. Responsibility-Taking in the Political World*, London, Routledge.
- Morreale, E., 2020, *La mafia immaginaria. Settant'anni di Cosa nostra al cinema (1949-2019)*, Roma, Donzelli.
- Paolucci, C., 2020, *Persona. Soggettività nel linguaggio e semiotica dell'enunciazione*, Milano, Bompiani.
- Pezzini, I., 2006, "Visioni di città e monumenti logo" in G. Marrone, I. Pezzini, a cura, *Senso e metropoli. Per una semiotica posturbana*, Roma, Meltemi, pp. 39-49.
- Puccio-Den, D., 2009, *Théâtres des "Maures et Chrétiens". Conflits politiques et dispositifs de réconciliation*, Turnhout, Brepols.
- Rastier, F., 2001, "L'action et le sens pour une sémiotique des cultures", in *Journal des anthropologues*, n. 85-86.
- Ruta, C., a cura, 2003, *I viaggiatori e la mafia. Frances Elliot, Gaston Vuillier, René Bazin*, Palermo, Edi.bi.si.
- Santino, U., 1995, *La mafia interpretata. Dilemmi, stereotipi, paradigmi*, Soveria Mannelli, Rubbettino.
- Santino, U., 1996, *La mafia come soggetto politico*, Centro Impastato, Palermo.
- Santino, U., 2001, "Peppino Impastato: la memoria difficile", in *Meridiana*, n. 40, pp. 21-41.
- Santino, U., 2010, *Storia dell'antimafia*, Roma, Editori Riuniti University Press.
- Schneider, J., a cura, 1998, *Italy's Southern Question: Orientalism in One Country*, Londra, Routledge.
- Schneider, J., Schneider, P., 1994, "Mafia, antimafia and the Question of Sicilian Culture", in *Politics & Society*, vol. 22, n. 2, pp. 237-258.
- Schneider, J., Schneider, P., 1996, "Dalle guerre contadine alle guerre urbane. Il movimento antimafia a Palermo", in *Meridiana*, n. 25, pp. 47-75.



- Schneider, J., Schneider, P., 2001, "Civil Society VS Organized Crime" in *Critique of Anthropology*, vol. 21, n. 4, pp. 427-446.
- Schneider, J., Schneider, P., 2005, "Mafia, antimafia and the Plural Cultures of Sicily", in *Current Anthropology*, vol. 46, n. 4, Chicago, The University of Chicago Press, pp. 501-520.
- Sedda, F., 2012, *Imperfette traduzioni. Semiopolitica delle culture*, Roma, Meltemi.
- Virgolin, L., Pezzini, I., a cura, 2020, *Usi e piaceri del turismo. Percorsi semiotici*, Roma, Aracne.
- Zilberberg, C., 2019, *Giardini e altri terreni sensibili. Sulle tracce delle forme di vita*, Roma, Aracne.