



TURISMO e Psicologia
Rivista interdisciplinare di studi, ricerche e formazione

TURISMO INTERGENERAZIONALE ALLA RICERCA DEL GENIUS LOCI

Manrico Brignoli

Cesare Quarenghi

Membri A.R.I.P.T. FoR P.



PADOVA UNIVERSITY PRESS

TURISMO INTERGENERAZIONALE ALLA RICERCA DEL GENIUS LOCI

RIASSUNTO

Dopo una breve introduzione che inquadra storicamente il fenomeno turismo, le teorie sociologiche e politiche che ne descrivono l'utilità e gli effetti, gli autori si soffermano sull'importanza del turismo intergenerazionale, forma contemporanea di turismo sociale, responsabile e sostenibile.

Un territorio specifico, San Pellegrino Terme e la Valle Taleggio sono lo scenario in cui si chiede ai nostri turisti di operare un decentramento cognitivo, di assumere la mentalità, le credenze degli abitanti di un luogo.

Il primo requisito per agire il nostro turismo è la curiosità: vi è un piacere nella 'curiositas' e una volta assunto un certo modo di fare vacanza, diventa anche spontaneo porsi domande, cercare risposte, immaginare scenari e situazioni.

Facciamo escursioni, conosciamo la natura, scopriamo luoghi e perciò facciamo entrare in gioco le conoscenze storiche, naturalistiche, le pratiche antiche e moderne: per i giovani adolescenti questa settimana si configuri anche come attività di Alternanza Scuola Lavoro; per gli anziani un'occasione irripetibile di vivere con gli adolescenti.

Si impara facendo, vivendo in un luogo di vacanza che fornisce anche un' importante possibilità: quella di sperimentare che le emozioni degli uni e degli altri hanno un luogo e un tempo per accorgersi reciprocamente di esistere e per dialogare tra loro..

Parole chiave: dialogo intergenerazionale, vivere un territorio, competenze sociali e di cittadinanza

INTERGENERATIONAL TOURISM AND 'GENIUS LOCI'

ABSTRACT

After a short introduction of the history of tourism and sociological and political theories about the utility of tourism, the authors describe the importance of intergenerational tourism as a contemporary type of social, responsible and sustainable tourism.

San Pellegrino Terme and Taleggio Valley are the places where our group of tourists operates a cognitive and emotional decentralization through the 'curiositas'; the tourists imagine some stories and lives adventures in the past and in the present, they learn about the lifestyle of inhabitants and they visit the places, the monuments, they interview artists and workers of the valley.

For young student this holiday week is an experience of 'Alternanza scuola-lavoro'; for the elderly people is an occasion to live a week with teenagers.

During this week, young and elderly people have the opportunity to discover their emotions, to change their stereotypes and their prejudices and to discover the possibility to bring together different generations.

Keywords: emotional and cognitive decentralization, 'curiositas', intergenerational tourism

La parola turismo nasce all'inizio dell'ottocento come termine in grado di definire con più precisione una pratica, il viaggio, che aveva assunto ormai troppe e complesse articolazioni.

Il suffisso -ismo infatti rinvia ad un corpus di idee e teorie, tutte riferibili al 'viaggio' (dall'inglese tour).

Il fenomeno sociale andava descritto e teorizzato, anche perché le persone che dedicavano parte della loro vita a viaggi ed avventure andavano via via aumentando e ogni angolo della terra diventava sempre più luogo e centro d'interesse turistico.

E' infatti nel corso dell'ottocento che si 'scoprirà' la montagna come destinazione turistica, che si definirà il senso 'turistico' della parola esotico e che si darà una dignità turistica al litorale.

Negli anni quaranta dell'ottocento, Thomas Cook, pioniere del turismo organizzato comprende prima degli altri che l'esperienza turistica richiede un lavoro di intermediazione, nel contempo organizzativa - i trasporti, gli alloggi -, culturale e linguistica - le guide -, finanziaria - i voucher.

Nasce l'agenzia di viaggio ed il tour operator che avranno un'importanza fondamentale nel caratterizzare le forme che il turismo assumerà nei decenni successivi.

Possiamo spingerci ad affermare senza ombra di dubbio che senza Thomas Cook e la sua visione del turista, probabilmente la storia del turismo ottocentesco e novecentesco sarebbe da riscrivere.

In effetti quel modo di caratterizzare l'esperienza del viaggio, come viaggiare, dove dormire, da chi farsi guidare ha finito per diventare il modo abituale di intraprendere un viaggio: per usare una categoria abusata, in quell'epoca il viaggiatore diventa definitivamente turista.

La prima e la seconda rivoluzione industriale modificano anche il rapporto tra tempo di lavoro e tempo di non lavoro.

Il secondo si amplierà progressivamente e sarà definito tempo libero: diventerà una categoria socio-economica che avrà un valore economico, così come il tempo di lavoro avrà un valore economico in senso assoluto.

La storia degli ultimi 150 anni è la storia di un aumento progressivo del tempo libero e, di converso, di una diminuzione progressiva del tempo di lavoro.

Il tempo libero diventa per le categorie sociali più basse, operai, impiegati, piccoli borghesi la cifra con cui determinare le loro possibili vacanze, il loro modo di fare turismo.

Naturalmente bisognerà attendere l'introduzione delle ferie pagate per far sì che l'equazione tempo libero=turismo sia pienamente operativa.

Tuttavia è utile ricordare in questa sede come la vacanza ed il tempo libero siano stati usati dalla grandi dittature del 900 per manipolare le coscienze dei cittadini, per favorire la propaganda ideologica.

In questo senso sia il fascismo che il nazismo hanno pienamente compreso il senso della parola 'vacanza' ed hanno organizzato attività capaci di configurarsi come 'tempo straordinario' in opposizione al 'tempo ordinario' (cfr: sabato fascista, villaggi vacanze sul Mare del Nord destinati agli operai delle industrie siderurgiche tedesche)

La forte spinta in questo senso si realizza in realtà solo nel secondo dopoguerra quando la pratica turistica si democratizza, i costi dei biglietti aerei si abbassano progressivamente e l'accesso alla vacanza riguarderà circa i 2/3 della popolazione dei paesi ricchi.

La riflessione di tipo sociologico e l'influenza della cultura marxista sottolineerà in questa fase storica la valenza compensatoria della vacanza e dell'esperienza turistica: una sorta di antidoto all'alienazione da lavoro capitalista: ne sono un riflesso una serie di espressioni, di metafore che caratterizzano l'offerta turistica.

Le pubblicità, i cataloghi riporteranno espressioni e frasi come 'paradiso', 'paradiso perduto', 'paradiso terrestre', 'eden' 'isola di benessere', 'luogo magico', per sottolineare che l'esperienza della vacanza è tutt'altro rispetto al 'grigiore' quotidiano.

Ancora oggi l'analisi delle conversazioni a proposito dei viaggi e delle esperienze turistiche fa registrare questo tipo di connotazioni.

L'aumento delle persone che hanno accesso alle vacanze, la diversificazione dell'offerta turistica da parte degli operatori trasformeranno il viaggio, la vacanza in un prodotto a tutti gli effetti (un servizio per meglio dire); come tutti i prodotti che si rispettano sarà necessario creare una

diversificazione sul mercato (i marchi e i loro prodotti), una specializzazione (per destinazione turistica), individuare dei target, costruire dei pacchetti.

Da alcuni anni si parla ormai di 'turismi', di 'turismo à la carte' per evidenziare la pluralità dell'offerta e della domanda turistica.

In quest'ottica il turismo è un'esperienza sostanzialmente individuale che concorre al benessere individuale o del piccolo gruppo (famiglia, amici).

Progressivamente visto il numero di turisti (1 miliardo di turisti internazionali) si comincia a riflettere degli effetti prodotti dal turismo sull'ambiente e sulla società.

Nasce e si sviluppa l'idea di turismo sostenibile e di turismo responsabile.

Cambia il paradigma: da forma di gestione del tempo libero caratterizzata dall'edonismo più sfrenato a forma di gestione responsabile, attenta; insomma dal puro principio del piacere al piacere della responsabilità.

E' un atto di civiltà che richiede tuttavia il cambiamento di atteggiamenti da parte dell'individuo che deve condividere e praticare nuovi stili di vita, nuove forme di socialità.

Rispetto alla prospettiva 'compensatoria' che caratterizzava gli anni del boom economico, la pratica turistica nella società post moderna richiede un individuo più 'adulto', più responsabile, più socializzato.

Quindi dai turismi connotati come balneare, lacustre, montano, educational, sessuale, sportivo, avventuroso, estremo, verde, del benessere, estetico, che originano da una doppia prospettiva:

1. Il luogo ove praticare il turismo;
2. La volontà del turista di privilegiare un'attività specifica,

deliberatamente si passa a considerare il turismo un'occasione per agire sull'educazione socio-culturale degli individui; nasce di conseguenza il turismo presso l'abitante, il turismo dei campi di lavoro, il turismo della solidarietà ed anche il turismo intergenerazionale, nato dall'intuizione della Cattedra di Psicologia Sociale dell'Università Statale di Milano, Facoltà di Scienze Politiche.

Non a caso quindi all'interno di una Facoltà di Scienze Politiche, perché è una forma di turismo 'politico' nel senso più alto del termine, volto a migliorare il rapporto nei gruppi sociali, volto a concorrere al miglioramento del benessere personale, della propria autostima, della propria salute.

Poiché l'attenzione è non più sul benessere di un individuo 'egoista', e conseguentemente 'edonista' ma sul benessere che deriva dalla soddisfazione di essere in un gruppo che, pur nella diversità, trova una ragione d'essere e trova quindi nuovi linguaggi e nuove forme di aggregazione.

Si tratta di una forma di turismo che deliberatamente aggrega ciò che è socialmente disaggregato, vale a dire generazioni diverse, trovando un terreno comune nel quale far crescere lo 'spazio dell'incontro'; per far questo utilizza dei mezzi che sono propri della pratica turistica tradizionale, la fotografia, l'escursione, la visita guidata ma li utilizza in modo diverso.

Inoltre l'esperienza turistica intergenerazionale mette in gioco la storia vissuta dai partecipanti in quanto individui portatori di una propria narrazione storica, quindi di una lettura della realtà che è frutto delle esperienze vissute e che si ancora ad uno o più territori e alle esperienze personali, familiari, sociali.

Si tratta in questo caso naturalmente della storia sociale ed è per questo che la vacanza intergenerazionale si lega fortemente ad un territorio; la Val di Non (Sfuz), La Val Taleggio e San Pellegrino, Viterbo, perché solo partendo dalle specificità del territorio in cui si agisce la vacanza si può fare un lavoro sui propri atteggiamenti, sulle proprie opinioni, sulle proprie emozioni.

In un certo senso si ribalta la prospettiva dei 'turismi': non è la località con un forte potere attrattivo che rende speciale la vacanza ma la vacanza è speciale perché la località si 'rivela' nei suoi aspetti culturali, antropologici, geografici, storici e il turista intergenerazionale capisce che ruolo può o potrà agire in quel luogo.

Il 'genius loci' si disvela quindi non solo attraverso gli scorci, i panorami, i cliché ma trova nelle relazioni umane tra turisti, tra turisti e residenti, tra turisti e lavoratori, tra turisti ed artisti il senso e la bellezza dei luoghi.

Il turista tradizionale conosce un luogo attraverso la fotografia che molto spesso non fa altro che riproporre in chiave personale lo scorcio, il monumento, il panorama che è già stato fotografato milioni di volte perché contrassegnato come ‘oggetto assolutamente da vedere o da ‘non perdere’ (cfr: le definizioni delle guide turistiche).

Ma per conoscere un territorio è indispensabile partire da tutti i nostri sensi: occorre quindi toccarlo, cioè percorrerlo, sentire il freddo, il vento, il calore, annusare gli odori, i profumi, ascoltarne i silenzi ma anche i suoni e i rumori; infine bisogna sperimentare e costruire un rapporto con il territorio: rapporto che può essere di fatica e/o di sudore oppure di leggerezza e di facile fruizione a seconda appunto delle caratteristiche del territorio stesso.

Se i sensi ci servono per costruire un rapporto immediato con il territorio la riflessione e la conoscenza storico-geografica ci servono per comprenderlo. In effetto ogni territorio è il risultato di un insieme di esperienze (abitare, coltivare, costruire, tracciare, bonificare, ecc) che hanno pian piano prodotto una mentalità, una cultura che, al di là della sua ricchezza o povertà, è sempre un modo originale di guardare il mondo, di vivere le esperienze, la quotidianità, di stabilire una scala di valori.

Nel territorio ecco allora che si chiede ai nostri turisti di operare un decentramento cognitivo, di assumere la mentalità, le credenze degli abitanti di un luogo: si tratta di un ottimo esercizio, utile in particolare alle tipologie di turisti che sono in vacanza: adolescenti e anziani.

Sicuramente si tratta di una pratica cognitiva che favorisce la socializzazione, aiuta a misurarsi con la complessità e argina la tendenza alla semplificazione, alla generalizzazione, all'utilizzo semplicistico di pregiudizi e stereotipi.

Perciò il primo requisito per agire il nostro turismo è la curiosità: vi è un piacere nella ‘curiositas’ e una volta assunto un certo modo di fare vacanza, diventa anche spontaneo porsi domande, cercare risposte, immaginare scenari e situazioni.

Per tutti questi motivi durante la nostra settimana di vacanze facciamo escursioni, conosciamo la natura, scopriamo luoghi e perciò facciamo entrare in gioco le conoscenze storiche, naturalistiche, le pratiche antiche e moderne: nelle località di montagna che sono lo scenario della nostra vacanza, riflettiamo anche sui problemi sociali che affliggono, oggi come ieri, le popolazioni che vi abitano.

Diventa l'occasione per una discussione politica, per una riflessione sulle opportunità offerte per il tempo libero, sui limiti e sulle difficoltà di formare una famiglia e di occuparsi dell'educazione dei figli: l'esempio e l'incontro degli abitanti dei luoghi ci forniscono alcune testimonianze ed alcune risposte che ci costringono a riflettere sui modelli sociali, sulle azioni politiche, sulle azioni di sostegno e di salvaguardia, sul senso ‘politico’ e ‘sociale’ di ogni scelta individuale.

Non è un caso che per i giovani adolescenti questa settimana si configuri anche come attività di Alternanza Scuola Lavoro; infatti ogni tipologia d'istituto con il proprio indirizzo di formazione (turistico e alberghiero - ristorativo nel corso dell'edizione 2017) trova un'eco significativa nelle attività svolte e permette agli studenti di sperimentare le loro competenze di cittadinanza e le loro competenze professionali specifiche.

Si impara quindi facendo, vivendo in un luogo di vacanza che fornisce infine un'ultima ed importante possibilità: quella di accorgersi che le emozioni degli uni e degli altri hanno un luogo e un tempo per accorgersi reciprocamente di esistere e per dialogare tra loro.

BIBLIOGRAFIA

- Bachelard G. (1942). *L'eau et les rêves. Essai sur l'imagination de la matière*, Librairie José Corti, Paris
- Bachelard G. (1957). *La poétique de l'espace*, PUF, Paris.
- Gasparini G. (1998). *Sociologia degli interstizi. Viaggio, attesa, silenzio, sorpresa, dono*. Bruno Mondadori, Milano
- Lorenzetti L. M. (1992). *Viaggio nel viaggio. Metamorfosi della conoscenza*. Guerini Studio, Milano

- Perec G. (1994). *L'infra-ordinario*, Bollati Boringhieri, Torino
- Recalcati M. (2017). *Cosa resta del padre. La paternità nell'epoca postmoderna*. Raffaello Cortina Editore, Milano.
- Veronelli L. (1994). *Sorella acqua*, Veronelli Editore.
- Zoja L. (2003). *Il gesto di Ettore. Preistoria, storia, attualità e scomparsa del padre*. Bollati Boringhieri, Torino.