



TURISMO e Psicologia
Rivista interdisciplinare di studi, ricerche e formazione

**PROSPETTIVE DI RINNOVAMENTO DELLE SOCIETÀ NELLE AREE RURALI: TURISMO,
AMBIENTE E SOSTENIBILITÀ**

Marina Mura
A.R.I.P.T.Fo.R.P.

E-mail: murama@tin.it



PADOVA UNIVERSITY PRESS

PROSPETTIVE DI RINNOVAMENTO DELLE SOCIETÀ NELLE AREE RURALI: TURISMO, AMBIENTE E SOSTENIBILITÀ

RIASSUNTO:

Una nuova prospettiva di turismo rurale, basata su diverse esperienze e sulla letteratura specifica, viene proposta con l'obiettivo di offrire un contributo teorico-applicativo al rinnovamento e alla qualità della vita delle aree rurali in relazione al rinnovamento e alla qualità della vita delle aree urbane. A tal fine, sono indicati due modelli, afferenti al paradigma della Psicologia Ambientale e della Psicologia di Comunità, che offrono indicazioni specifiche per la transizione, sostenibile, di questi territori, spesso impoveriti e deprivati, a luoghi "rigenerativi", in cui è possibile esperire e recuperare il proprio benessere.

Sono discusse alcune forme di turismo rurale, la necessità dell'intervento dello Stato, in termini di investimenti politico-finanziari, i bisogni di formazione di tutti gli attori coinvolti e di nuove figure professionali.

Parole chiave: turismo rurale, eco-terapia, sostenibilità, qualità della vita

PROSPECTS FOR REGENERATION IN RURAL AREAS: TOURISM, ENVIRONMENT AND SUSTAINABILITY

ABSTRACT:

A new perspective of rural tourism is proposed based on different experiences and specific literature. The aim is to offer a theoretical-applicative contribution to the sustainable renewal and quality of life of rural areas in relation to the renewal and quality of life of urban areas.

Two models, pertaining to the paradigms of Environmental and Community Psychology, are indicated: They suggest precise methods for a sustainable transition of territories, often impoverished and deprived, to "regenerative" places where it is possible to experience and recover one's well-being.

A range of "rural tourisms", the State intervention (political-financial investments), the training of all the actors involved and new professional figures for tourism are discussed.

Keywords: rural tourism, ecotherapy, sustainability, quality of life

PROSPETTIVE DI RINNOVAMENTO DELLE SOCIETÀ NELLE AREE RURALI: TURISMO, AMBIENTE E SOSTENIBILITÀ

Introduzione

La letteratura specialistica, negli ultimi anni, avvalorata la prospettiva del turismo come fenomeno psicologico-sociale, particolarmente significativo (prima del COVID era considerato la prima industria globale per fatturato e addetti; interessa, più o meno, tutti i paesi del pianeta e, attualmente, anche lo spazio; ha effetti sul cambiamento climatico, ecc.), caratterizzato da una componente psicologico-sociale fondamentale: l'atteggiamento del turista (interesse, curiosità e valutazione privi di utilità economica, Urry, 2002) legato alla loro rappresentazione, influenzata e costruita dalle attività e dinamiche di diversi attori, più o meno consapevoli, nei diversi luoghi di partenza, transito e destinazione. L'attrattività di un luogo (Mura, 2008) è, infatti, l'esito delle attività di operatori turistici (marketing e organizzazione dell'accoglienza e ospitalità), politici e amministratori pubblici (programmazione e gestione della sicurezza, marketing territoriale, ecc.), abitanti (atteggiamento verso i turisti), mass-media (notizie/notiziari, documentari, film, romanzi, ecc.), social media-altri turisti (passaparola e condivisioni).

Questo quadro, che dà il senso, anche se parziale, della complessità che caratterizza il turismo, permette di focalizzare un tema che consideriamo rilevante: il turismo potrà continuare a creare ricchezza se sarà meglio "governato", in senso politico-amministrativo, a livello di sicurezza in generale (guerre, criminalità, salute e mantenimento di caratteristiche di salubrità) e di distintività fisico-socio-culturale (Mura, 2011), e se, seguendo il senso più profondo della motivazione allo spostamento, dal puro relax all'incontro culturale (molti non si definiscono più "turisti" e temono di essere "trattati" come tali, ma "viaggiatori" che hanno relazioni significative ed esperienze profonde nei luoghi che attraversano e visitano), si acquisirà la consapevolezza dei bisogni soggettivi e delle necessità oggettive di tutti gli attori coinvolti, convergeti nel bisogno di una migliore qualità di vita¹.

La complessità nasce dal fatto che il comportamento del turista è inserito in processi multidimensionali e a più livelli: le relazioni con gli attori dei contesti di partenza, di viaggio e di arrivo, le dimensioni caratterizzanti (sociale, economico, culturale, ecologico, ecc.) e i livelli di analisi (individuale, di gruppo, organizzativo, di comunità, nazionale e internazionale). Essa, tuttavia, trova nel benessere degli attori, nella qualità della loro vita, un punto di sintesi, in riferimento al Modello bio-psico-sociale (Engel, 1977) di salute (un costrutto, datato e assunto dall'OMS, ma mai veramente utilizzato nelle politiche per la salute) secondo cui salute e malattia sono gli estremi di un continuum, strettamente legato alla qualità degli ambienti di vita, nelle loro dimensioni sociali e fisiche interrelate.

Le critiche di mancanza di rigore scientifico mosse alla disciplina, per cui la sua considerazione sarebbe limitata (Passafaro, 2021), sembrano ascrivibili ad una certa tendenza ad orientare la ricerca su oggetti circoscritti e limitati al solo livello del "turista" (per es. la motivazione, la soddisfazione, ecc.), oppure all'"impatto" rispetto alla capacità di carico dei luoghi ospitanti, perdendo di vista le interconnessioni tra i vari livelli ed aspetti e, soprattutto, la centralità di un attore fondamentale, come gli abitanti dei luoghi di ospitalità e di passaggio, con le loro caratteristiche socio-culturali e i loro atteggiamenti verso i turisti (il sorriso è un indicatore di atteggiamento con valore economico-relazionale anche nel turismo: Bianchi *et al.*, 2008; Wang *et al.*, 2017). Spesso, si perde di vista il ruolo degli amministratori pubblici e dei diversi *stakeholder* (per es., molti servizi turistici, come i trasporti e l'ospitalità, non sono destinati solo ai turisti, ma ne dipendono in termini economici, in modo

¹ Lehman (1988) ha proposto un Modello della qualità della vita con indicatori oggettivi e soggettivi di benessere individuale che richiamano l'importanza del contesto, così come Renwick e colleghi (1996) che mettono in evidenza tre dimensioni della qualità della vita: 1. essere (spirituale, fisico, psicologico, sicurezza, autostima, ambiente), 2. divenire (sviluppo, svago, cultura, crescita, competenze, raggiungimento degli obiettivi e delle aspirazioni, formazione permanente, apprendimento), 3. appartenere (socioaffettivo-emotivo, ecologico, sessualità, comunità); tutte caratteristiche dell'attrattività di un luogo, tipicamente turistiche.

significativo; oppure le diverse associazioni culturali e non che contribuiscono all'attrattiva dei luoghi o, ancora, le associazioni di tutela ambientale che identificano in certi comportamenti turistici una fonte importante di danno ambientale) che hanno un'influenza importante sull'offerta e attrattività dei luoghi. nei termini della qualità delle esperienze che un luogo può offrire.

Un tale punto di vista trova nella Psicologia ambientale (Fleury-Bahi *et al.*, 2017) e in quella di Comunità (Bond *et al.*, 2017) una base epistemologica forte e risvolti applicativi significativi per la Psicologia del turismo: a livello generale suggerisce che, individuare, o peggio, creare “luoghi turistici” sulla base di convinzioni ed interessi “esterni” a quelli di chi quei luoghi “vive” può essere distruttivo del turismo nel lungo periodo (non-sostenibile, sia dal punto di vista economico-sociale che ecologico, Mura, 2011), mentre, considerare gli ambienti come potenzialmente attrattivi per turisti-viaggiatori che trovano nell'incontro e nel rispetto delle alterità ed identità (uomo, specie animali e vegetali) il soddisfacimento di esigenze di salute (relax e cultura nel continuum salute-malattia) possa essere il perno della valenza salutogenica universale del turismo.

All'interno di questa prospettiva, l'articolo intende mettere in evidenza come i territori rurali abbiano tutte le caratteristiche e potenzialità per divenire ambienti turistico-rigenerativi al servizio del miglioramento della qualità della vita, non solo degli ospiti, ma anche di chi quei luoghi abita, ovvero che il turismo può divenire un'opportunità di rinnovamento di queste aree, dal punto di vista economico e sociale, e che, attraverso progetti specifici, capaci di inserirli in processi virtuosi di promozione, sia possibile sperimentare una nuova “alleanza” tra aree rurali ed urbane per uno sviluppo, realmente, sostenibile del pianeta.

Rigeneratività e capacità: le dimensioni cardine dei luoghi del turismo sostenibile

Che non vi sia nulla di più pratico di una buona teoria, lo affermava Kurt Lewin nel lontano 1951, rendendo esplicito, da un lato, il processo psicologico-sociale per cui persone comuni e ricercatori fanno programmi e agiscono sulla base di percezioni, cognitivo-affettive, e modelli mentali di ciò che offre l'ambiente per il soddisfacimento dei propri bisogni e la realizzazione dei propri fini e, dall'altro, che non sempre le nostre rappresentazioni sono adeguate, mentre una “bella” teoria, scientificamente fondata, semplice e chiara, dovrebbe essere sempre alla base delle nostre azioni se vogliamo che l'ambiente, che contribuiamo a costruire, risponda effettivamente ai nostri bisogni e permetta di perseguire i nostri fini.

Tale consapevolezza implica la necessità di individuare riferimenti epistemologici e modelli validati che offrano punti di riferimento utili alla progettazione e sperimentazione di programmi specifici di rinnovamento. In particolare, il costrutto di “rigeneratività” dei luoghi (Kaplan, Kaplan, 1989), sviluppatosi all'interno della Psicologia ambientale, si è evoluto in un Modello, particolarmente interessante perché implementato in diversi setting ambientali, che individua le caratteristiche, fisico-sociali interrelate², che rendono i luoghi capaci di sostenere la salute fisica e mentale degli individui (Kaplan, Basu, 2015). Non potendo, in questa sede, descriverne compiutamente tutti gli aspetti, ci limiteremo ad accennare a quelli centrali. Contro i paradigmi, tendenzialmente soggettivistici ed individualistici, di certa Psicologia, gli autori dimostrano che la “ragionevolezza”, ovvero il benessere che si manifesta in comportamenti equilibrati, dipende meno dalle caratteristiche di personalità degli individui e di più da quelle degli ambienti in cui essi vivono. Una posizione che, spostando l'attenzione dall'individuo ai suoi contesti, lo de-stigmatizza e lo corresponsabilizza, insieme ai gruppi e alla comunità in cui vive. Al cuore del Modello vi è l'affermazione che i contesti, le loro condizioni, il tipo di interventi che si realizzano, i programmi che si mettono in essere e le situazioni ambientali che si producono dovrebbero essere, prima di tutto, fonti informative: le persone, per star bene, hanno bisogno che i contesti di vita diano loro le

² Tale concetto è alla base del Paradigma transazionale-contestuale della Psicologia ambientale per cui le caratteristiche fisiche, socioculturali e storiche dei micro-setting, come di quelli macro, influenzano il comportamento, mentre quest'ultimo può modificarli, secondo processi transattivi attivi e passivi di valutazione e interpretazione, azione e reazione (Stokols, 1978).

informazioni necessarie a soddisfare esigenze e perseguire i propri scopi, stimolando e sostenendo l'esplorazione e la comprensione e facilitando l'acquisizione e l'utilizzo delle proprie competenze.

La capacità dei luoghi di sostenere il benessere degli individui era già stata messa in evidenza col costrutto di "rigeneratività" (Korpela, Hartig, 1996) per cui alcuni luoghi attivano l'attenzione involontaria, abbassando i livelli di stress: hanno questa caratteristica, prima di tutti, i luoghi naturali (Ulrich, 1981), ma tutti gli ambienti possono esserlo, quando vengono percepiti come luoghi di "evasione", "attraenti", "coerenti" (possono essere esplorati e interpretati senza sforzo cognitivo) e "compatibili" (si percepisce la congruenza tra le proprie inclinazioni, gli scopi personali e le opportunità offerte dal luogo). Secondo il Modello di Kaplan e Basu (2015), questi luoghi sono, fondamentalmente, informativi ed in essi si realizzano processi transattivi che producono benessere e successo personale e collettivo perché strettamente collegati al senso di competenza: il contesto "suggerisce" e possiede le condizioni per perseguire obiettivi di successo in quanto restituisce ai soggetti auto-immagini di competenza, di possesso di adeguate conoscenze su cosa è possibile fare con le risorse disponibili (fisico-ambientali, individuali, collettive). È tale percezione alla base del benessere e dell'agire significativo che implica la partecipazione, l'essere parte attiva nel reperimento dei mezzi di sussistenza e in tutto ciò che viene fatto per costruire la comunità: il soggetto percepisce la propria importanza nella realizzazione e modificazione dei propri contesti di vita, si sente ascoltato e rispettato e sviluppa quel senso di appartenenza alla comunità e di attaccamento al luogo (Scannell, Gifford, 2010) che producono e sostengono l'identità sociale e ambientale. Esse legano il singolo ai gruppi, alla collettività e all'ambiente di vita: nelle relazioni sociali, ciascuno sviluppa la propria identità derivandone un'immagine di sé legata a quella dei gruppi di cui fa parte e che ne modula l'appartenenza (Tajfel, 1985; Turner, 1985). Anche gli aspetti fisico-naturali dei contesti di vita contribuiscono all'identità sociale e alla propria auto-immagine: un'identità socio-ambientale, legata all'attaccamento al luogo, che genera senso di appartenenza e motivazione alla cura e alla salvaguardia dei propri contesti di vita (Mura, Strazzerà, 2013; Strazzerà *et al.*, 2012).

Realizzare questo tipo di ambienti non è facile, come è evidente in quelli in cui viviamo, è necessario l'ascolto attivo e la costruzione di modelli mentali condivisi, la co-pianificazione degli spazi che valorizza i saperi locali e i talenti di ciascuno (*Social Design*, Gifford, 2002): coinvolgere gli utenti nella pianificazione e gestione degli spazi permette di costruire luoghi in equilibrio tra le componenti sociali, fisiche e naturali, a garanzia della sostenibilità degli interventi e del benessere della collettività.

Identità socio-ambientale e partecipazione sono alla base dei luoghi informativi in cui si sviluppa un circolo virtuoso, particolarmente significativo per il turismo, che salvaguarda la diversità e produce benessere. La necessità di mantenere l'identità dei luoghi, minata da modelli di turismo omologanti che perseguono standard di qualità dei servizi e rincorrono attrattive edonistiche autodistruttive, appare evidente: i luoghi "turistici", pensati e modificati per le esigenze di modelli di "turista", targettizzati dal marketing, rischiano di perdere abitanti, identità e, a lungo andare, non rispondere più né ai bisogni di coloro che vi hanno sempre vissuto e, neppure, a quelli dei turisti, tra i quali perdono ampie fette di mercato (anche nel marketing si parla da anni di "viaggiatori" e "Anima dei luoghi", Di Marco, 2016).

In questa prospettiva, il turismo può essere sostenibile e contribuire alla sostenibilità dello sviluppo perseguendo la "rigeneratività" ed informatività di luoghi che mantengono la propria diversità, ecologica e socio-culturale: è quest'ultima che crea e mantiene la prima e che sostiene la motivazione al "viaggio", l'"attrattività" e "Alterità" (Perussia, 1991). Il turismo ha bisogno di alti standard di sostenibilità ambientale per rispondere alle esigenze dei turisti-viaggiatori di oggi e di domani, senza la quale non ci sarà più né turismo né vita.

Ulteriori indicazioni per la realizzazione di luoghi di benessere ci vengono offerte dal Modello della "Capacità di comunità" (Chaskin *et al.*, 2009) che offre punti di riferimento "pratici" per realizzare "comunità capaci" che progrediscono e si migliorano.

La "rigeneratività" di un luogo è l'esito, come visto, di dinamiche socio-ecologiche che non è facile attivare in società, come le nostre, più o meno frammentate in gruppi sociali competitivi per l'accaparramento delle risorse e delle ricchezze: città e paesi sono abitati da soggetti e gruppi con diverso potere e le diverse modalità dell'abitare sono in relazione con le specifiche caratteristiche

fisico-geografiche, socio-economico-produttive e sociali, culturali e di paesaggio, in una dinamica, sia interna che verso l'esterno, che, da un lato produce l'identità distintiva del luogo e, dall'altro, può impedirne l'evoluzione. Negli scenari locali e nazionali delle nostre società non è facile realizzare processi di co-progettazione e partecipazione e superare la competitività intergruppi, occorrono "comunità capaci" in cui chi abita i luoghi diviene consapevole della necessità di costruire, a livello sociale, un proprio patrimonio di "abilità" cognitive e comportamentali relativo al fare, sperimentare e capire. Tale consapevolezza si conquista, secondo gli autori, nell'interconnessione delle competenze specifiche, nell'autopromozione e nella costruzione del benessere individuale e collettivo, facendo interagire il capitale umano, le risorse, anche a livello organizzativo, e il capitale sociale, per risolvere i problemi individuali e collettivi, sviluppare e mantenere il benessere. Il fulcro di tale dinamica è, proprio, l'interconnessione di individui, gruppi informali, organizzazioni formali, reti sociali e ambiente fisico che attiva processi sociali informali e sforzi organizzati formali creando un sistema complesso di capacità, in relazione reciproca ai diversi livelli e con l'esterno, il macro-livello in cui quell'ambiente o territorio è inserito e che lo condiziona. La risorsa fondamentale per affrontare i condizionamenti esterni e le dinamiche interne è attivare le capacità della comunità e individuata in una *leadership* diffusa nelle organizzazioni, nella promozione della collaborazione, nell'associazionismo, nelle reti organizzative e sociali; una *leadership* che si esprime a livello di *agency*, rafforzando le caratteristiche socio-ambientali critiche rispetto al benessere individuale e collettivo, gestendo collaborativamente le risorse disponibili e attivabili, compresi gli sforzi per svolgere le diverse funzioni e raggiungere gli obiettivi. Sono necessari *leader* che perseguono cambiamenti effettivi e specifici, misurabili e percepibili, all'interno di un assetto di lavoro di rete: una *leadership* matura, di cui si sente la mancanza nonostante decine d'anni di ricerca, *empowering* (Bowen, Lawler, 1995), focalizzata su collaboratori responsabilizzati e coinvolti negli obiettivi, che condividono il potere e si possono esprimere in modo creativo e in cui la fiducia reciproca, la delega, la condivisione della *vision*, l'attenzione ai bisogni, la *leadership* circolante e la responsabilità individuale e di gruppo sono le caratteristiche distintive.

I Modelli proposti danno basi teorico-applicative significative alla prospettiva per cui lo sviluppo sostenibile di territori ed ambienti che sostengono la qualità della vita delle persone che li "abitano", o li "incontrano" come "ospiti graditi" (Mura, 2011), ha bisogno di programmi territoriali e progetti caratterizzati dalla democratizzazione dei processi decisionali a tutti i livelli (Piccardo, 1995), ovvero del coinvolgimento dei cittadini per perseguire obiettivi strategici e della diffusione di competenze di *leadership empowering*.

Le aree rurali come modello di turismo sostenibile

Il concetto di "area o spazio rurale" rimanda al complesso degli insediamenti e delle attività localizzati in campagna, è opposto a quello di spazio urbano e comprende l'insieme delle popolazioni, umane, animali e vegetali del territorio e le altre risorse del paesaggio agricolo e forestale: si tratta di zone montuose, collinari e di pianura, con o senza terreni agricoli, in cui può essere praticato l'allevamento, zone umide, piccoli paesi e borghi circondati dall'agro, ecc., espressione di una cultura, struttura sociale e di modalità di vita con caratteristiche distintive (Treccani, 2021).

Diverse problematiche riguardano queste aree e, in particolare, il loro depauperamento in termini economici e sociali: sono venute a mancare risorse umane, economiche e culturali o fisiche, basti pensare al consumo di suolo. Di tale situazione si sta facendo carico anche la Comunità Europea che, recentemente, nel Piano di Politica Agricola comune 2021-2027, ha ritenuto di dover finanziare processi di rinnovamento della produzione agricola all'interno di una maggiore attenzione alla mitigazione degli effetti dei cambiamenti climatici. Lo strumento individuato, il *Green Deal*, mira a "rendere sostenibile l'economia dell'UE [...] trasformando le problematiche climatiche e le sfide ambientali in opportunità [...], rendendo la transizione equa e inclusiva per tutti [...], promuovendo l'uso efficiente delle risorse con un'economia pulita e circolare" che mira a "ripristinare la biodiversità e ridurre l'inquinamento in tutti i settori economici". Il sostegno

finanziario e l'assistenza tecnica sono direttamente orientati, nel III obiettivo generale, a "Rafforzare il tessuto socioeconomico delle aree rurali" (art.5), "attirando i giovani agricoltori e facilitando lo sviluppo imprenditoriale", "promuovendo l'occupazione, la crescita, l'inclusione sociale e lo sviluppo locale [...] comprese la bioeconomia e la silvicoltura sostenibile" e "migliorando la risposta dell'agricoltura dell'UE alle esigenze della società in materia di alimentazione e salute" (art.6).

Si tratta di una base politico-finanziaria significativamente importante che sostiene le potenzialità turistiche degli ambienti rurali e la loro valorizzazione nella prospettiva suindicata: ambienti che possiedono caratteristiche, tipicamente turistiche, di "rigeneratività" fisico-culturale, soprattutto in relazione alle esigenze dei cittadini (Mura, 2015). È chiaro che sono escluse le aree in cui vi sono coltivazioni intensive inquinanti.

Rispetto alle aree urbane, infatti, quelle rurali hanno caratteristiche di "alterità" che possono essere poste al servizio del benessere di turisti-viaggiatori che in esse hanno l'opportunità di fare esperienze di relax e di soddisfacimento di bisogni personali, culturali e spirituali. D'altra parte, realizzare tale opportunità, divenendo, anche, aziende ospitali, offre possibilità di sviluppo e benessere anche a chi quei luoghi abita e lavora e può divenire un elemento importante di sviluppo sostenibile.

Non si tratta di una proposta estemporanea, esiste, a livello di letteratura scientifica, un modello paradigmatico di tale tipo di turismo, realizzato e validato in Cina da oltre 20 anni (Passafaro, 2017; Mura, 2019, 2021). La letteratura specifica mostra come siano stati ampiamente verificati gli impatti socio-economici positivi di questo turismo sulle aree rurali: vi è stato un aumento del reddito e uno sviluppo socio-culturale significativo, accompagnati dalla riduzione dell'emigrazione, conseguenza dell'aumento delle possibilità di lavoro e del livello d'istruzione, per l'innestarsi delle necessarie attività di formazione. Non secondario, è stato il miglioramento della condizione femminile in quanto si tratta di un'attività, in gran parte, gestita dalle donne che realizzano l'accoglienza e l'ospitalità. Inoltre, la vocazione produttiva viene implementata e si sviluppano altre attività collegate, come l'artigianato.

Esistono diverse modalità di strutturazione socio-economica di questo tipo di turismo – dall'ospitalità nelle singole aziende agricole a quella nei borghi e nelle comunità più vaste - tuttavia, questa breve sintesi (per gli approfondimenti si rimanda ai testi citati) riteniamo diano conto degli elementi fondamentali del successo di questo tipo di turismo, finanziato all'inizio dallo Stato, ma che ha raggiunto livelli di totale autonomia economica.

Si tratta di un tipo di turismo con caratteristiche di sostenibilità sia a livello micro-ambientale, rispetto alla salvaguarda della diversità biologica e sociale, che macro-ambientale in quanto offre un "modello di vita" alternativo a quello "cittadino", idee ed esperienze utili al perseguimento della mitigazione degli effetti dei cambiamenti climatici. Agire con azioni precise e concrete per diminuire le emissioni di gas serra (la difficoltà che incontrano gli accordi in tal senso è stata evidente al G20, tenutosi in Italia a fine ottobre, e alla COP 26 di Glasgow della prima settimana di novembre) è una priorità assoluta a cui il comparto del turismo non può sottrarsi: il turismo rurale è un'opportunità importante, sia, come detto, come serbatoi di modi di vita alternativi, focalizzati sul "prendersi cura" della "nostra casa" (NU, Dichiarazione di Rio, 1992), la terra, sia come luoghi di rigenerazione fisico-culturale e di benessere.

Le capacità rigenerative delle aree rurali si prestano, inoltre, a diverse forme di turismo sulla base del costruito di salute (continuum benessere-patologia) di cui si è detto: il comportamento turistico è motivato dal bisogno di recupero di un equilibrio psico-fisico messo in crisi da attività routinarie di attenzione focalizzata con diversi livelli di stress. Un modello di successo, ampiamente validato, è il turismo intergenerazionale (Albanese, Bocci, 2014; Albanese *et al.* 2019), che si svolge, prevalentemente, in aree rurali e risponde ad esigenze di soggetti, nonni e nipoti, di cultura e svago.

Queste aree, tuttavia, potrebbero anche accogliere soggetti con problematiche e livelli di stress maggiori, divenendo luoghi di eco-terapia. Anche in questo caso, non si tratta di un'assoluta novità, essendo ormai presente una letteratura accreditata (Summers, Vivian, 2018; Song *et al.*, 2020) per cui le aree rurali sono ambienti particolarmente adatti al recupero di un maggiore equilibrio psico-fisico, anche in presenza di alterazioni gravi, come la dipendenza da sostanze (Boyd, 2018; Black, 2015).

D'altronde, se si guarda all'esperienza di molte Comunità per il reinserimento sociale di soggetti affetti da dipendenze patologiche, si nota che raramente sono in ambienti urbani. Altrove abbiamo fatto una precisa proposta di sperimentazione in tal senso (Mura, 2021): un progetto in grado di mettere a sistema le caratteristiche socio-culturali ed ambientali di queste aree e un'adeguata organizzazione dell'accoglienza e dell'ospitalità e che sia in grado di verificare modelli di soggiorno per soggetti, più o meno, fragili, adeguati al recupero e alla resilienza psico-fisica.

Da questi brevi cenni, è chiaro che si tratta di modalità di turismo anche molto diverse, che hanno necessità di essere adeguatamente sperimentate e validate per garantirne le finalità: il benessere degli attori coinvolti e la valorizzazione socio-economica dei territori, insieme ad un riorientamento del modello di sviluppo, che ha mostrato quali problemi, di ordine ecologico e non solo, è in grado di produrre (inquinamento dell'aria e delle acque, dissesto idrogeologico, consumo di suolo, perdita di bio-diversità, insicurezza e povertà).

La prospettiva proposta, infatti, mira ad avere un impatto, anche, sul riequilibrio della distribuzione della popolazione e della ricchezza, a tutti i livelli; un riequilibrio della qualità della vita che ha bisogno di essere sostenuto, non solo da investimenti pubblici, ma da scelte politiche partecipate che rispondano alle esigenze di salute e sicurezza delle persone ed invertano l'attuale orientamento a privare i territori rurali dei servizi essenziali, in primo luogo quelli sanitari (Mura, in stampa).

Conclusioni

Il breve excursus su Modelli di Psicologia ambientale e Psicologia di Comunità e sul turismo rurale ha avuto l'obiettivo di mettere in evidenza alcune potenzialità turistiche degli ambienti rurali e come le comunità, rese consapevoli di esse, potrebbero renderle realtà concrete con un impatto significativo sulla qualità della vita di tutti.

Dal punto di vista del marketing turistico, sembra essere fondamentale curare la «qualità» delle relazioni all'interno delle comunità in grado di far maturare motivazione e competenze di «ospitalità» e incontro tra diversità e far evolvere i luoghi, in modo sostenibile, salvaguardandone risorse, identità e attaccamenti.

Per raggiungere questi obiettivi non bastano i finanziamenti, pur necessari, o gli interventi tecnici, occorre un grande investimento pubblico in termini culturali e di “formazione” nel senso più ampio del termine: far diventare un ambiente rurale un modello di sviluppo sostenibile e di benessere significa, come abbiamo visto, promuoverne le capacità e costruirne di nuove, implementando i canali di apprendimento, ma, soprattutto, dando alle comunità prospettive di benessere. Solo seguendo modelli precisi, da adeguare ad ogni contesto, il turismo rurale può essere un'opportunità reale per il rinnovamento dei territori perché li pone in grado di offrire un range di opportunità esperienziali (relax, cultura, attività fisico-sportive, riabilitazione fisico-psichica, ecc.) che rispondono alle esigenze di una vasta tipologia di “turisti-viaggiatori”, tutti noi.

Un'opportunità, tuttavia, che, come indicato dai modelli proposti, non può essere realizzata da una dinamica spontanea totalmente endogena, data la situazione socio-culturale ed economica di molte di queste aree che, anche a causa del loro “abbandono istituzionale” e dei meccanismi economici che le hanno impoverite, hanno bisogno di risorse, spesso provenienti dall'ambiente urbano, come quelle riguardanti un vasto range di conoscenze in grado di “innestare” nuove consapevolezza e attivare *leader* locali. Occorre formare, nelle città e nelle zone rurali, vecchie e nuove figure professionali che si occupino di turismo e di programmazione territoriale con nuove modalità e finalità. Sono necessari, nuovi psicologi e operatori sanitari di comunità capaci, insieme e in rete con altre professionalità e ricercatori (economisti, geografi, antropologi, artisti, ecc.), di porre le proprie competenze al servizio della progettazione e realizzazione di quelle opportunità. Occorre il coraggio di intraprendere nuove strade, sperimentando, valutando e realizzando buone pratiche.

Da questo punto di vista l'ARIPT-FoRP (Associazione Ricerche Interdisciplinari di Psicologia del Turismo-Formazione Ricerca Progettualità) ha da sempre espresso un modello interdisciplinare di ricerca e di formazione, data la presenza, sin dalla sua fondazione, di ricercatori afferenti a

differenti discipline, psicologiche e non: da essa ci aspettiamo un contributo fondamentale, in termini di strumenti concettuali ed empirico-applicativi, al riavvio della società e al miglioramento della sua qualità di vita.

BIBLIOGRAFIA

- Albanese A. & Bocci, E. (2014). Dalla carenza comunicazione tra le generazioni, alle ricerche/sperimentazioni di turismo intergenerazionale. *Turismo e Psicologia*, 1, 38-57.
- Albanese, A., Bocci E., & Biancalana G. (2019). Il turismo come conoscenza e valorizzazione intergenerazionale dell'ambiente: gli "orti solidali Caritas" a Viterbo. *Turismo e Psicologia*, 12 (2), 64-88
- Bianchi, A., De Nicola, M., Di Bartolomeo, G., Di Giovanni, P., Papa, S., Trio, O. (2008). *Economia della cortesia: il valore economico del rispetto e della considerazione per gli altri*. Roma: Carocci.
- Black, M. (2015). *The Trees Were Our Cathedral - A Narrative Inquiry Into Healing From Addiction Through A Relationship With Nature*. ProQuest LLC.
- Bond, M. A., Serrao-García, I., Keys C.B. (Eds.). (2017). *APA Handbook of Community Psychology*. Vol.1 e 2. Washington, DC: APA.
- Bowen D. E; Lawler, E. E. (1995). Empowering Service Employees., III *Sloan Management Review*, 36, 4, 73-85.
- Boyd, R.J. (2018). *Evaluating the Role of Time Spent in Nature on Addiction Recovery*. New York: New York University Press.
- Chaskin, R.J., Brown, P., Venkatesh, S., Vidal A. (2009). *Building Community Capacity*. New Brunswick (USA): Aldin Transation.
- Di Marco, N. *Tripnpeople.com*. Consultato il 20.04.2016
- Engel, G.L. (1977). The need for a new medical model: a challenge for biomedicine. *Science*, 196, pp. 129-136.
- Fleury-Bahi, G., Pol, E., Navarro, O. (2017). *Handbook of Environmental Psychology and Quality of Life Research*. Berlin, Heidelberg: Springer International Publishing.
- Gifford, R. (2002). *Environmental psychology: principles and practice*. Canada: Optimal Books
- Kaplan R., Basu, A. (2015). *Fostering Reasonableness. Supportive environments for Bringing out our Best*. Michigan: Michigan Publishing.
- Kaplan, R., Kaplan, S., (1989). *The experience of nature: a psychological perspective*. New York: University Press.
- Korpela K., Hartig (1996). Restorative qualities of favorite places. *Journal of Environmental Psychology*, 16, pp. 221-233.
- Lehman, A.F. (1988). A Quality of Life Interview for the chronically mentally ill. *Evaluation and Program Planning*. 11(1). 51-62.
- Lewin K. (1951). (ed. it. 1972). *Teoria e sperimentazione in psicologia sociale*. Bologna, Il Mulino.
- Mura, M. (2008). *Che cos'è la Psicologia del turismo*. Roma: Carocci
- Mura M. (2011) Identità, diversità, autenticità nell'esperienza turistica, *Turismo e Psicologia*, 1 254-266
- Mura M. (2015). Riflessioni preliminari sul turismo rurale e lo sviluppo rurale sostenibile. *Turismo e Psicologia*, 1 154-172.
- Mura M. (2019). Turismo Rurale: Il contributo della Psicologia al Turismo sostenibile. *Ricerche di Psicologia*, 2, 769-789
- Mura M. (2021). Turismo Rurale e qualità della vita. *Turismo e Psicologia*, 14, 1, 108-117.
- Mura M. La comunità di Tonara: un'analisi psicologico-sociale (in stampa).
- Mura M., Strazzer, E., (2013). *Vento, sole, paesaggio: beni comuni rinnovabili. Cosa pensano i cittadini delle energie rinnovabili*. Cagliari: CUEC.
- Passafaro, P., (2021). La rilevanza degli studi di psicologia del turismo tra pregiudizi accademici e limiti teorico-metodologici. *Turismo e Psicologia*, 14 (1), 62-68.
- Passafaro, P., Mura, M., Albanese, A., Bocci, E. (2017). Potential preferences for alternative forms of sustainable tourism: The case of rural and intergenerational tourism. Richard H. Price

- (Ed). *Ecotourism and Sustainable Tourism: Management, Opportunities and Challenges* (29-84) New York: Nova Science Publishers.
- Perussia F. (1991). La ricerca sulle immagini turistiche: metodologie e problemi, in C. Ferrari (a cura di), *Psicologia del turismo* (181-199). Roma: Armando.
- Piccardo, C. (1995). *Empowerment. Strategie di sviluppo organizzativo centrate sulla persona*. Milano: Raffaello Cortina.
- Renwick, R.M., Brown, I., & Nagler, M. (Eds.). (1996). *Quality of life in health promotion and rehabilitation: Conceptual approaches, issues, and applications*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Scannell, L., & Gifford, R. (2010). Defining Place Attachment: A Tripartite Organizing Framework. *Journal of Environmental Psychology*, 30, 1-10.
- Song, C., Ikei, H., Park, B.-J., Lee, J., Kagawa, T., Miyazaki, Y. (2020). Psychological Benefits of Walking through Forest Areas. *Journal of Environment Research and Public Health*, 17, 1316.
- Strazzera, E., Mura M., Contu D. (2012). Combining choice experiments with psychometric scales to assess the social acceptability of wind energy projects: A latent class approach. *Energy Policy*, 48, 334-347.
- Summers, J.K., Vivian, D.N. (2018). Ecotherapy-A Forgotten Ecosystem Service: A Review, *Environmental Psychology*, 1389, 1-13.
- Stokols, D. (1978). Environmental psychology. *Annal Review of Psychology*, 29, 253-295.
- Tajfel H. (1985). *Gruppi umani e categorie sociali*. Bologna: il Mulino.
- Treccani. www.treccani.it. *Il portale del sapere*. Consultato il 20.06.2021.
- Turner J. C. (1985). Social Categorization and the Self-concept: A Social Cognitive Theory of Group Behaviour, in E. J. Lawler (Ed.). *Advances in Group Processes: Theory and Research*, 2, 77-122.
- UE Commissione europea e Parlamento Europeo. (2020) *Piano di Politica Agricola comune per il periodo 2021-2027*.
- Ulrich, R.S. (1981). "Natural versus urban scenes. Some psychophysiological effects". *Environment and Behavior*, 13(5), 523-556-
- Urry, J., (2002). *The tourist gaze*. London: Sage Pub.Ltd.
- Wang, Z., Mao, H., Fan Liu, J.L. (2017). Smile Big or Not? Effects of Smile Intensity on Perceptions of Warmth and Competence. *Journal of Consumer Research*, 43, 787-805.



TURISMO e Psicologia
Rivista interdisciplinare di studi, ricerche e formazione

TURISMO E COOPERAZIONE SOCIALE PER IL LAVORO AGRICOLO

Manrico Brignoli

A.R.I.P.T. Fo.R.P.

Email: manricobrignoli1960@gmail.com



PADOVA UNIVERSITY PRESS

TURISMO E COOPERAZIONE SOCIALE PER IL LAVORO AGRICOLO

RIASSUNTO:

Il turismo nella postmodernità assumerà forme sempre più diversificate e contemplerà pratiche che a tutt'oggi non sono ancora prevedibili.

Il dato di continuità sarà la caratteristica legati ai tempi sociali, e la pratica turistica occuperà gli interstizi temporali che diventeranno probabilmente sempre più frequenti, quegli interstizi che originariamente furono definiti 'vacatio' e che diedero origine al concetto di vacanza; inoltre le tradizionali categorie che la sociologia del turismo ha ben descritto subiranno cambiamenti importanti alla luce del portato culturale e simbolico delle società in evoluzione.

La proposta descritta rappresenta un'evoluzione di ciò che tradizionalmente rientra nella categoria 'turismo sociale': una sinergia di enti ed istituzioni non a beneficio di una categoria svantaggiata con un presupposto di asimmetria sociale fondante, ma un'esperienza di lavoro in vigna che diventa cifra del confronto di 'saperi', 'saper fare', 'saper essere' per un nuovo gruppo sociale intergenerazionale riunito al fine di praticare insieme un'esperienza significativa, non di consumo, ma di crescita, e accomunato dal desiderio di imparare facendo nell'ambito della valorizzazione della bellezza del creato che diventa la cifra distintiva dell'esperienza turistica.

Parole chiave: Turismo, cooperazione sociale, agricoltura, postmodernità

TOURISM AND SOCIAL COOPERATION FOR THE AGRICULTURAL WORK

ABSTRACT:

Tourism in postmodernity will take on ever more diversified forms and will contemplate practices that are not yet predictable today. The data of continuity will be the characteristic linked to social times, and the tourist practice will occupy the temporal interstices that will probably become more and more frequent, those interstices that were originally defined as 'vacatio' and which gave rise to the concept of vacation; moreover, the traditional categories that the sociology of tourism has well described will undergo important changes in the light of the cultural and symbolic impact of evolving societies. The proposal described represents an evolution of what traditionally falls into the category of 'social tourism': a synergy of entities and institutions not for the benefit of a disadvantaged category with an assumption of fundamental social asymmetry, but a work experience in the vineyard that becomes figure of the comparison of 'knowledge', 'knowing how to do', 'knowing how to be' for a new intergenerational social group gathered in order to practice together a meaningful experience, not of consumption, but of growth, and united by the desire to learn by doing in the area of the enhancement of the beauty of creation which becomes the distinctive feature of the tourist experience.

Keywords: Tourism, social cooperation, agriculture, postmodernity

TURISMO E COOPERAZIONE SOCIALE PER IL LAVORO AGRICOLO

Il turismo nella postmodernità assumerà forme sempre più diversificate e assicurerà pratiche oggi non ancora prevedibili.

Ne 'Il disagio della postmodernità' Bauman, forse troppo generosamente, promuove i turisti a protagonisti vincenti della società postmoderna. Egli colloca all'estremo opposto i vagabondi, protagonisti perdenti della società attuale. Ma, come scrive Augé in 'Rovine e macerie. Il senso del tempo,' il turista consuma la propria vita, il viaggiatore la scrive.

La pratica turistica assumerà molteplici sfaccettature e sarà sicuramente sempre più un'attività sociale legata alla dimensione dell' 'evento', cioè di un fatto straordinario rispetto al tempo comune. Da un punto di vista semantico l'evento ha connotazioni molto differenziate che vanno dalla trasgressione più sfrenata alla costruzione del processo identitario. Inoltre Daniel Boorstin asserisce che già oggi ci si trova quasi sempre dinnanzi a degli pseudo eventi fino al punto da preferire agli eventi effettivi quelli fabbricati ad arte.

La risoluzione dei fabbisogni cosiddetti primari e l'emergere di quelli secondari in molte società economicamente avanzate hanno posto in primo piano la salienza dei processi di autorealizzazione. Il viaggio costituisce un'esperienza unica nel rispondere a queste esigenze dell'individuo. Il dato di continuità sarà la caratteristica di essere legato ai tempi sociali e in particolare alla 'vacatio' e ciò continuerà a caratterizzarne la fruizione in quanto relegato al 'tempo straordinario' e non al 'tempo ordinario'. Sicuramente le tradizionali categorie che la storia del turismo ha registrato e ha ben categorizzato e descritto fino ad ora subiranno cambiamenti ed aggiustamenti importanti alla luce del portato culturale e simbolico della società in evoluzione. Questi fenomeni sono già in atto e testimoniano da un lato l'ibridazione delle forme di turismo e dall'altro l'esigenza di estendere a ogni luogo e ad ogni momento le tipologie di esperienze richieste dai turisti e dai vacanzieri. Anche la riflessione sul turismo e la letteratura psicosociologica al riguardo hanno elaborato nuove categorizzazioni e proposto nuove letture al fenomeno. Al fine di favorire la chiarezza si tende a dicotomizzare la realtà distinguendo tra turismo responsabile e turismo edonista, turismo lento e turismo tradizionale, turismo green e turismo impattante, ecc.

Ancora relativamente poche sono le riflessioni psicosociali pubblicate sul fenomeno turistico osservato non dal punto di vista del turista ma dal punto di vista del gruppo sociale che si costituisce inevitabilmente in un luogo e in un tempo stabilito e che coinvolge i turisti ma anche i nativi, le istituzioni del luogo e tutti i stakeholders. Tuttavia si osserva una crescente sensibilizzazione sulla portata economica, ecologica, sociosanitaria e psicosociale dell'esperienze turistiche. Ciò significa che si sta 'educando al turismo' i potenziali fruitori, anche alla luce della necessità di salvaguardare il pianeta e di evitare di limitare la 'libertà turistica', cioè la libertà di visitare i luoghi desiderati e di trascorrervi delle vacanze. Naturalmente, in qualità di cittadini responsabili, non possiamo esimerci dalla assunzione di responsabilità personale e quindi dobbiamo immaginare forme di turismo per noi e da proporre agli altri che superino i modelli tradizionali.

Edgell e Swanson (2019) riportano una definizione elaborata dall'organizzazione *Nature and Outdoor Tourism Ontario* (Canada): "il turismo esperienziale è diventato l'attuale termine che comprende una varietà di categorie turistiche e di viaggiatori in cui le attività sono sensibili all'ambiente, mostrando rispetto per la cultura dell'area ospitante e cercando di sperimentare e apprendere piuttosto che limitarsi a consumare".

In questo ambito è opportuno assumere quel che Martha Nausbaum (2017) definisce pensiero posizionale, cioè l'attitudine a vedere il mondo dal punto di vista di un'altra creatura.

In una società caratterizzata da una tendenza al narcisismo primario e all'egocentrismo si tratta di una sfida importante che richiede perseveranza e che implica una nuova modellizzazione socio-politica. Non sorprende affatto che il turismo lento sia stato messo sotto la voce del turismo esperienziale di cui il turismo lento è diventato un sotto prodotto e ci piace sottolineare che la parola lente è compresa nella parola lentezza in un rapporto di consustanzialità.

La velocità è stata un fattore di progresso importante e ha sicuramente cambiato il nostro

modo di percepire, di pensare e di interfacciarci con la realtà.

Ne sono una testimonianza importante le correnti artistiche e le opere d'arte degli ultimi due secoli (cfr: a questo proposito il film *Rhythmus* del 1921 di Hans Richter). La velocità ha cancellato ciò che Leed definisce *transito* all'interno della struttura del viaggio: i viaggi sono diventati sempre più rapidi modificando così i processi di anticipazione e concentrando il fatto turistico sull'esperienza turistica vissuta nel luogo di destinazione. Inevitabilmente chi si muove velocemente non vive il tragitto (Ingold, 2007); la lentezza al contrario agisce come un catalizzatore che riaccende interesse sui territori di mezzo.

Per estensione quindi il Turismo lento è definito in opposizione al turismo di massa, oppure definito in rapporto al mezzo di trasporto utilizzato; oppure infine è inteso come uno strumento per vivere il territorio e, in questo senso, ha una grande opportunità di farsi decodificatore culturale. E' come, per riprendere una metafora artistica e non solo, se i punti che compongono la linea del tragitto da un luogo all'altro non ci interessassero e, di conseguenza, imparassimo a perdere interesse nei confronti dei punti, che non sono altro che i luoghi del nostro viaggio). A tal proposito credo che la citazione di Klee sottolinei in modo icastico una delle necessità del turismo moderno: "una vera linea prende le mosse da un punto che esce a fare una passeggiata, lasciando dietro di sé una scia".

Anche Kandiskji scriveva nel 1926: "la linea è la traccia lasciata dal punto in movimento, quindi un suo prodotto". Le scie e le tracce di cui parlano gli artisti sono dal nostro punto di vista le esperienze a forte caratterizzazione identitaria; anche perché nella storia della nostra vita tutti i punti della linea sono punti di interesse. La lentezza permette quindi l'elaborazione cognitiva, la scoperta emotiva, la ri-sonanza dei luoghi che costellano qualsiasi viaggio e permette di dis-velare nuovi modi di percepire e di valutare. Per rimanere in ambito urbano non parleremo più di Cityscape, concetto abusato nella società postmoderna, ma che si limita al panorama fisico della città, ma piuttosto di *mindscape*, il panorama dell'anima e delle culture di una città.

Particolarmente pertinente mi sembra anche il concetto di SERENDICITY coniato dal Laboratorio CRAFTS dell'Università di Genova. L'imprevisto e l'improvvisazione divengono elementi connaturati a contesti urbani e non che si offrono al godimento programmato o meno di un luogo. Infatti l'esperienza dello spazio urbano e non urbano può avere una dimensione poetica: una città, un parco, un bosco, una vigna possono essere interpretati come un testo poetico o narrativo che è presentato allo stesso modo a tutti ma che ognuno può leggere a modo suo (Borges, 79). Il poeta conosce attraverso sintesi personali di immagini, definisce concetti, attribuisce nomi, e attraverso questa attribuzione, ricrea la dimensione sociale dello spazio. Alla geografia dei luoghi si sovrappone una geografia affettiva che ha a che fare con la socializzazione, con lo sviluppo dell'identità e della personalità, con l'inconscio che abita le profondità dell'uomo. 'La città narrata' è il titolo di un libro a cura di Angelo Gaccione (2001) che porta come sottotitolo 'Le vie, le piazze ed i quartieri di Milano raccontati dai suoi poeti, scrittori, artisti, giornalisti ed intellettuali'.

E' un'esperienza di rilettura della città: "Maurizio Meschai 187-188 (...) "se poi si attraversa Viale Pampiniano, in pochi metri si arriva alla piccola consolazione del parco Solari, nostro polmoncino affaticato.

Caro Agostino di Tagaste, nordafricano, dottore della Chiesa e fluviale scrittore; il tuo maestro, Ambrogio, tuo battezzatore, ha ricevuto miglior sorte urbana, senza molto aver dato alla filosofia. Sarà la tua giovinezza dissoluta? Non m'importa. Per me non sarai un santo ma nemmeno solo una fermata di metro".

Anche nel volume 'Dadapolis. Caleidoscopio napoletano' pubblicato nel 2000 si fornisce una lettura nuova ed originale della città partenopea, così come fanno le fotografie di Ghirri il cui interesse per il tema del paesaggio è via via crescente: la sua lettura dei luoghi appartenenti a un'Italia meno nota, fuori dalle piste del turismo convenzionale, sembra corrispondere alla ricerca di una identità, individuale e collettiva.

Il turista deve quindi recuperare alcune delle caratteristiche che hanno caratterizzato il flâneur nella Parigi della seconda metà dell'ottocento: così come attraverso il suo sguardo, i suoi reportages, i suoi romanzi, le sue fotografie, il flâneur tenta di rallentare, se non di fermare, il flusso urbano per restituirne le immagini a un pubblico distratto, assorbito dalla quotidianità, il turista moderno deve

imparare a 'vedere', 'leggere' ed interpretare le realtà che incontra nella sua esperienza turistica.

In un certo senso nel flâneur vi è anche la fusione del puer e del senex, figure metaforiche di matrice psicoanalitica. Resta infatti un carattere costitutivo del flâneur compendiare l'anelito primordiale alla scoperta nelle forme più istintive in cui si manifesta, con il coraggio della ricerca e la saggezza interpretativa. Entrambe le dimensioni possono continuare a convivere in un rapporto alternato anche nel flâneur contemporaneo, seppur alla fine con un tono meno aristocratico e moralistico di quello dei protagonisti del grand tour.

Ne 'Le conseguenze della modernità' Anthony Giddens (1994, 141) fa del flâneur il simbolo della modernità avanzata.

Benjamin definisce 'Badaud' l'opposto del flâneur: egli è uno spettatore, un semplicione, parte della massa.

Mentre il badaud rimane abbagliato, stupidamente inebetito dallo sfavillio del palcoscenico, il disincanto invece spinge il flâneur a cogliere o quantomeno ad avvicinare il significato più autentico dei luoghi, a svelare trucchi e misteri che si consumano nei backstage.

In definitiva non esiste neppure una sola forma di flâneur: è solo un archetipo cui corrispondono diversi livelli di propensione alla flânerie.

Claudio Magris nel suo L'INFINITO VIAGGIARE inverte la logica sottesa alla fruizione delle vacanze come accumulo di esperienze e sottolinea come: "il noto e il familiare, continuamente scoperti e arricchiti, sono la premessa dell'incontro e dell'avventura; la ventesima o la centesima volta in cui si parla con un amico o si fa all'amore con una persona amata sono infinitamente più intense della prima. Ciò vale pure per i luoghi; il viaggio più affascinante è un ritorno, un'odissea e i luoghi del percorso consueto, i microcosmi quotidiani attraversati da tanti anni sono una sfida ulissica."

In questo caso è la normalità che diventa straordinaria, contrariamente a quanto avviene con i viaggiatori cosmopoliti, per i quali, lo straordinario diventa normalità.

E' necessario infine resistere alla evaporizzazione della storia che si osserva anche negli Istituti scolastici: vi è in atto un processo di cancellazione della memoria di lavoro e dei luoghi e delle storie di chi vi è impiegato: in questo contesto la malattia dell'oblio è diventata sempre più diffusa.

La storia ha nel suo statuto epistemologico la caratteristica di consultare le fonti, di andare in profondità per analizzare i fatti e i fenomeni. Tuttavia si osserva sempre più che l'orizzontale ha avuto la meglio sul verticale.

Se la storia è un percorso lineare ha pur sempre bisogno di individuare snodi che richiedono uno scavo in profondità.

Magris: "l'ignoranza del passato si risolve nell'incapacità di affrontare con adeguate difese i problemi del presente. E il presente altro non è che l'inizio del futuro. Non per niente è proprio la dimensione del futuro quella che sembra assente nella prospettiva delle giovani generazioni".

A questo si somma un dato sociale dominante: tutto il nostro sistema è orientato verso il fare più che verso l'agire.

E seguendo la prospettiva del filosofo Natoli il fare è orientato al prodotto, l'agire è orientato al soggetto.

Solo la certezza di venire da lontano può spingere a guardare davanti a sé. Walter Benjamin in 'Tesi di filosofia della storia' propose una visione dell'indagine del passato dove si affacciava un punto di vista caro alla tradizione ebraica. Lo riassume commentando un disegno di Klee - l'ANGELUS NOVUS- che spiega le ali verso il futuro ma tiene lo sguardo voltato verso le proprie spalle.

E Benjamin commentò così l'immagine: "il vento della storia gonfia quelle ali ma lo sguardo si volta verso il passato per ritrovare il legame con coloro di cui siamo il futuro. Siamo stati attesi, ci è stata affidata la profezia delle generazioni precedenti".

Quello nel passato non è il viaggio di un tranquillo erudito, è il balzo di tigre di chi è minacciato da un pericolo mortale. E' allora che si riapre il contatto con le ombre del passato e si riattiva il ponte tra i vivi e i morti.

E' la disposizione di colui che attende: la fatale identità dell'innamorato non è altro che - io sono quello che aspetto - (Roland Barthes); ciò sottende che attendere significa avere una disposizione

verso un oggetto/soggetto di interesse.

Ma attendere ha anche un significato desueto ancora più interessante che ritroviamo nel termine attendente: , guardare in una direzione, rivolgere la propria attenzione a qualcosa, occuparsi, dedicarsi, accudire qualcuno, aspirare, aspettare, ecc..

La locuzione 'attendere qualcuno' nel significato attuale apparve solo nel XVI secolo. Uno sguardo al dizionario ci dice inoltre che l'evoluzione semantica del termine racconta già una lunga storia dell'attesa. Il termine attendere nel senso di servire affermava un tempo una disparità di potere, la cui forma più civilizzata è ancora oggi contenuta nella bella espressione anacronistica 'attendere a qualcosa'.

Nel significato di 'curare', l'attesa è ormai finita nel magazzino degli oggetti in disuso. Ma il desueto 'custodire' o 'badare a qualcosa' si ritrova ancora nella figura dell'attendente, la cui professione in un certo senso promette il contrario di ogni attesa, cioè la presenza.

La modernità, se concepita come epoca della mobilità, può essere anche descritta come un processo di abbreviazione dei tempi di attesa; la tecnologia lavora all'eliminazione dei tempi e degli spazi intermedi (cfr: corrispondenza, viaggi) ma il saper aspettare, il dover aspettare sono le condizioni fondamentali di ogni comprensione.

Anche durante un dialogo, perché vi sia vera comprensione, è necessario il rispetto dell'attesa.

I viaggi sono pause nel tempo quotidiano; e sebbene abbiamo già visto e vissuto tutto, a ogni partenza vibrano quei momenti dell'infanzia in cui il mondo torna ad aprirsi davanti a noi. Chi non si lascia contagiare dal senso di possibilità di un viaggio si preclude le deviazioni che, quando eravamo bambini, si nascondevano dietro ogni angolo. E il viaggio ha in sé anche una specifica forma di ottusità tipica dell'attesa. Bisogna sapersi perdere per imbattersi nell'ignoto.

E' la dialettica tra il senso di possibilità e il processo di anticipazione che fanno di un viaggio un'esperienza: entrambe sono caratterizzate dall'attesa.

Infatti da un lato "Tutto è come lo immaginavo", gioiva Goethe entrando nella città dei suoi sogni, Roma, e dall'altro è necessario essere 'disposti alla serendipity, che è inevitabilmente una delle dimensioni caratterizzanti il viaggio e la vacanza.

Altre figure archetipiche che danno un senso all'attesa come condizione necessaria per favorire la comprensione e la narrazione sono Penelope e Ulisse.

Notte dopo notte Penelope sta lì seduta e muove la spola nel suo inutile viaggio. Il dono concesso da Atena, la dea della saggezza e della tessitura, cioè opere bellissime e soavi pensieri, è l'arte stessa del narrare.

Penelope è la figura tramite cui per la prima volta l'attesa si unisce strettamente al racconto, con la sua tessitura produce il testo che Ulisse vive e racconta come narratore della propria storia.

Il dono che ha Penelope è quello di sospendere il tempo, è l'arte che assoggetta la narrazione all'obbligo del rinviare: quel qui e là, quell'avanti e indietro che può ingannare persino la morte.

La disposizione ad attendere ci richiama inoltre una figura, quella dell'etnologo, che diventa il riferimento per una prassi turistica futura ed una virtù cardinale, la temperanza che diventa la cifra di un habitus che ci ricorda l'esigenza di essere responsabili nei confronti di noi stessi e del creato (cfr: attendente).

Viaggiare presuppone la volontà etnologica. Il turista compara, il viaggiatore separa. Il primo rimane sulla porta di una civiltà, lambisce una cultura e si accontenta di percepirne la schiuma, di coglierne gli epifenomeni da lontano, nella sua qualità di spettatore impegnato e militante nei confronti del proprio radicamento; il secondo cerca di entrare in un mondo sconosciuto, senza compiacenze, come uno spettatore disimpegnato, senza preoccuparsi di ridere o di piangere, di giudicare o di condannare, di assolvere o di lanciare anatemi, ma desideroso di afferrare l'interiorità, di comprendere: come vuole l'etimologia. Il comparatista designa sempre il turista, l'anatomista il viaggiatore.

Un buon viaggiatore palesa una capacità di registrare le minime variazioni, è sensibile ai dettagli, all'informazione microscopica.

Il viaggiatore ha bisogno più di un'attitudine alla visione che di una capacità teorica. (Pratica

ciò che, secondo le categorie spinoziane, si potrebbe definire la conoscenza di terzo genere, quella che si nutre di intuizioni e della penetrazione immediata nell'essenza delle cose).

In caso contrario nella postmodernità, con la scomparsa del diverso a vantaggio dell'Identico, il viaggio non sarebbe più possibile.

La proposta turistica che oggi presentiamo è un'elaborazione di una serie di esperienze organizzate, gestite e sperimentate da un gruppo di ricercatori afferenti all'A.R.I.P.T. Fo.R.P. che, sulla scorta degli studi e delle proposte del Laboratorio di Incontri Intergenerazionali di Milano, ha organizzato nel corso dell'ultimo decennio esperienze di vacanza intergenerazionale in Trentino Alto Adige, in Lombardia, nel Lazio e in Toscana.

Un gruppo eterogeneo di persone si costituisce per trascorrere una breve vacanza in alcuni luoghi, lontano dal turismo di massa.

I giovani presenti, studenti degli ultimi anni della scuola secondaria, gli anziani presenti, indicati come nonni, le attività proposte durante la vacanza sono sempre finalizzate a rafforzare lo scambio generazionale, a dare un senso storico e sociale alla diversità di opinioni e di atteggiamenti per ritrovare lo spazio della condivisione e dell'arricchimento reciproco.

La scoperta di bellezze naturalistiche, storico-culturali presenti nelle località, l'incontro con alcuni personaggi delle zone visitate permettevano di vivere il *genius loci* e di 'vedere' con occhi diversi una località turistica: un territorio che, 'dispiegato', diventa un territorio vissuto che cattura il turista che non si sente pertanto altrove, ma si sente accolto e partecipe dei processi economici, culturali e sociali della località.

Anche l'incontro con esponenti delle Amministrazioni Comunali ha sempre avuto come finalità precipua la realizzazione di sinergie interistituzionali e l'adozione del gruppo di turisti nella comunità ospitante.

In particolare abbiamo organizzato questa vacanza innovativa a San Pellegrino Terme, nella Valle Brembana, in provincia di Bergamo e abbiamo coinvolto gli studenti di tre istituti della provincia: l'Istituto Agrario, l'istituto Alberghiero e un Istituto Turistico.

Molte delle visite effettuate sul territorio hanno riguardato le produzioni casearie locali, gli allevamenti in alpeggio, la produzione di essenze per l'industria cosmetica oltre a piccole produzioni locali quali la coltivazione dello zafferano e l'approntamento di una tartufoia.

A complemento di queste attività le escursioni sul territorio hanno permesso di comprendere il sistema viario nella sua evoluzione temporale, la gestione delle acque come la canalizzazione, la produzione di energia, fino alla visita e alla comprensione del funzionamento di una grande industria del settore bevande.

La comprensione dell'interconnessione tra trasporto, ricettività e bellezze naturali ha permesso di guardare con occhi stupiti la bellezza di alcune famose strutture ricettive ed infine la conoscenza degli usi e delle tradizioni e la comprensione delle routine della vita quotidiana dei valligiani hanno reso più comprensibile il senso della religiosità, delle feste e delle tradizioni locali.

Stiamo ora progettando una declinazione nuova di questa forma di turismo intergenerazionale: una vacanza in vigna, a settembre, prima dell'inizio dell'anno scolastico, rivolta a un gruppo sociale allargato formato da studenti, anziani del territorio, giovani lavoratori di una cooperativa sociale in ambito agricolo, esperti della cooperativa, facilitatori sociali.

Per gli studenti e per gli anziani sarà una vacanza, per i giovani lavoratori della cooperativa sarà un modo per accogliere persone in vacanza per scambiare le loro esperienze e per condividere un momento particolare e significativo del loro processo lavorativo: la vendemmia.

Per tutti sarà un'esperienza di vita straordinaria perché non abituale: la proposta descritta rientra in un certo senso nella categoria di 'turismo sociale': una sinergia intergenerazionale ed interistituzionale non a beneficio di una categoria svantaggiata con un presupposto di asimmetria sociale fondante, come poteva essere la vacanza in colonia per i giovani figli di operai fino agli anni ottanta del secolo scorso e come può essere la vacanza balneare organizzata dalla Municipalità per un gruppo di anziani durante i freddi mesi invernali, quanto piuttosto un'esperienza effettiva di lavoro in vigna.

Questa esperienza-evento diventa cifra del confronto di saperi, di saper fare e di saper essere

per i 4 gruppi sociali che si aggrenderanno e investiranno il loro tempo libero e il loro tempo di lavoro al fine di vivere un'esperienza significativa, non di consumo, ma di crescita.

L'esperienza sarà preparata attraverso incontri con ciascun gruppo, individualmente al fine di sviluppare la consapevolezza dell'importanza della relazione sociale in un gruppo eterogeneo per età, cultura ed esperienze, e per sensibilizzare tutti i partecipanti ad essere 'attendenti', cioè accomunati dal desiderio di imparare facendo nell'ambito della valorizzazione della bellezza del creato che deve diventare la cifra distintiva dell'esperienza turistica in generale.

La cooperativa sociale che ci accoglierà, Oikos, si occupa di inserimento lavorativo di persone fragili che, attraverso progetti di lavoro della terra, valorizzano in modo nuovo e significativo il proprio potenziale di vita; gli studenti saranno giovani degli Istituti Alberghiero e Agrario di Bergamo e provincia.

La cooperativa si avvale del lavoro volontario di adulti e anziani che mettono a disposizione la loro esperienza e i loro saperi per migliorare lo standard delle produzioni agricole ed enologiche.

Il nome stesso della cooperativa crea una corrispondenza affascinante tra il radicamento, la casa, e il territorio e ci insegna che ogni territorio è straniero, è una realtà che va conosciuta e che diventa familiare ad una comunità di fruitori che devono diventare progressivamente i custodi del suo *genius loci*.

L'attività agricola e vitivinicola inoltre ci permettono di svolgere con rispetto l'indagine di cui si è parlato nella parte introduttiva, assumendo il *modus operandi* di colui che mette al centro delle sue avventure di conoscenza l'attenzione per il particolare, la *serendipity*, l'attesa e la temperanza, tutte virtù e occasioni che sono consustanziali al lavoro agricolo.

Per tutti i partecipanti sarà pertanto un modo di vivere un'esperienza di turismo di prossimità, di riscoperta di un territorio nel quale l'opera dell'uomo e della natura si consustanziano in un dialogo incessante frutto delle aspettative dell'uno e dei limiti e/o delle potenzialità dell'altro.

Ma è anche un percorso verso la costruzione/ricostruzione identitaria di generazioni a confronto: le pratiche agricole/alimentari costituiscono un'importante risorsa culturale per la costruzione di identità, memoria e appartenenza sociale.

Raccogliere, coltivare, preparare e consumare cibo sono tutte attività fondamentali di ogni cultura umana che diventano forme di comunicazione attraverso cui i vari gruppi sociali esprimono e manifestano la loro identità sociale, culturale ed etnica.

Dietro la produzione ed il consumo di un alimento si trova una storia infinita di esperienze, di conoscenze, di scelte ed un insieme di simboli che caratterizzano i gruppi sociali e i loro codici espressivi.

Inoltre essa si trova in un contesto storico-geografico che ha condizionato, caratterizzato e vincolato le scelte agricole e alimentari.

In quest'ambito ci viene in soccorso il termine francese *terroir* che rappresenta un'articolazione del *genius loci* in ambito agricolo. La definizione che ne ha dato l'Organizzazione Internazionale della Vigna a Tbilisi in Georgia nel 2010 è illuminante: "È un concetto che si riferisce a uno spazio nel quale si sviluppa una cultura collettiva delle interazioni tra un ambiente fisico e biologico identificabile e le pratiche vitivinicole che vi sono applicate che conferiscono caratteristiche distintive ai prodotti originari di questo spazio. Il *terroir* include caratteristiche specifiche del suolo, della topografia, del clima, del paesaggio, della biodiversità" e, quindi, rende un prodotto agricolo un'eccellenza e permette di costruire attorno ad esso un discorso che lo trasforma in un prodotto di cultura oltre che in un alimento.

È il concetto che trova un parallelo nei giacimenti golosi introdotti da Slow Food: entrambi sottolineano la peculiarità di un territorio e hanno una grande valenza nell'ambito turistico perché creano una rete di analogie e di interconnessioni tra ambiente fisico e prodotti culturali degli abitanti.

Inoltre il termine francese *terroir*, univernazione, concrezione linguistica di *terre* e *air* diventa la metafora della nostra esperienza sia perché è frutto della fusione di due parole mentre il nostro gruppo di vacanzieri sarà frutto della fusione di più gruppi sociali, sia perché è una parola che ci rimanda a qualcosa di concreto, la terra, sulla quali insistono le attività turistiche e a qualcosa di più etereo, l'aria che rappresenta metaforicamente la relazione perché canale indispensabile per lo

scambio verbale e quindi presupposto della conoscenza e della relazione.

Anche la dimensione della sacralità, posta normalmente al di fuori del tempo storico, trova una ragion d'essere quando ci avviciniamo alle pratiche agricole ed alimentari.

Dimensione che stiamo piano a piano recuperando dopo la sbornia causata dalla grande disponibilità di cibo degli anni del boom economico che ha svaloriato l'agricoltura e l'alimentazione, banalizzando o, peggio ancora, misconoscendo la complessità delle pratiche che sottostanno al lavoro agricolo e alla trasformazione degli alimenti, ma anche la sacralità ritrovata con l'attenzione al 'creato' come dimensione fondamentale del rapporto Dio-Uomo che reintroduce le dimensioni del rispetto, dell'attenzione, della comprensione, tutte necessarie per la sopravvivenza del pianeta Terra e dei suoi abitanti.

Parafrasando una celebre frase di un poeta contadino del Kentucky, si potrebbe dire che: "Mangiare è il primo atto agricolo, e lavorare la terra o allevare animali è la prima forma di preghiera".

Infatti che cosa ci dicono l'odorato e il palato quando sorseggiamo un vino prodotto in un luogo, in un paesaggio che non conosciamo, da una terra in cui non abbiamo mai affondato il piede e da gente che non abbiamo mai guardato negli occhi o a cui non abbiamo mai stretto la mano? Poco, molto poco.

Al contrario un vino che degustiamo dopo aver conosciuto il *terroir*, dopo che abbiamo condiviso con i produttori le tecniche di produzione, di invecchiamento e di affinamento, ha tutto un altro sapore e la degustazione è un 'evento' che acquista anche la dimensione della sacralità.

Ricordiamoci che l'agricoltura, che oggi viene concepita come 'natura', per i greci e i latini era il massimo della cultura.

Il vino è forse l'elemento che più di tutti ci aiuta a capire il rapporto tra agricoltura e cultura.

Il vino inoltre, grazie alle implicazioni temporali della sua coltivazione e della sua produzione (maturazione delle barbatelle, tempi di fermentazione, tempi di invecchiamento, vendita en primeur) richiede investimenti nel tempo, trasmissione generazionale e vigilanza, quella vigilanza (cfr: attendente) che è una facoltà mentale frutto della disposizione che è alla base del nostro progetto di turismo intergenerazionale: prontezza cognitiva unita alla capacità di mettersi in ascolto, di dialogare in un sistema complesso in cui persone, manufatti, territorio, clima, materiali, piante ed animali, opere d'arte dialogano incessantemente alla ricerca del migliore equilibrio possibile.

Naturalmente i responsabili A.R.I.P.T. Fo.R.P. che seguono questo progetto si assumono il compito di facilitatori di questo dialogo; non si tratta di esperti del settore agro-alimentare, ma piuttosto di un ristretto numero di operatori che provengono dall'istituzione scolastica e dall'ambito formativo e hanno sviluppato la consapevolezza di ridare una visione strategica al turismo come forma di esperienza psico-sociale che ha una profonda valenza perché contribuisce a creare un rapporto più armonico tra uomo e natura e tra uomo e uomo, privilegiando il dialogo e la trasmissione intergenerazionale come risposta al narcisismo imperante e alla progressiva difficoltà di comunicazione all'interno dei gruppi sociali.

La settimana sarà una settimana diffusa che coinciderà con la vendemmia e sarà caratterizzata da momenti di lavoro in vigna, di condivisione e di racconto delle esperienze, di studio, di riflessioni di gruppo, e infine da momenti ludico-ricreativi legati sempre all'agricoltura e all'alimentazione.

Si tratta di un'iniziativa che sfrutta apporti significativi della psicologia sociale e della psicologia cognitiva per proporre un modello di pratiche sociali attento a dare risposte significative ai veri bisogni che stanno emergendo, e che permette altresì di proporre nuovi modelli di socialità così come nuovi modelli formativi, in un momento storico in cui sia gli uni che gli altri stanno involvendo pericolosamente in una dimensione autoreferenziale.

BIBLIOGRAFIA

- Augé, M. (2004). *Rovine e macerie. Il senso del tempo*, Bollati Boringhieri, Torino.
Boutad, J.J. (2011). *Il senso goloso. La commensalità, il gusto, gli alimenti*, ETS, Pisa.

- Brignoli, M. (2008). *L'esperienza turistica tra finzione narrativa e processi di strutturazione dell'identità*. in Turismo e Psicologia, Rivista Interdisciplinare di studi, ricerche e formazione, 2007, n° 0, Padova University Press.
- Conner, M. Armitage, C.J. (2008). *La passione del gusto. Quando il cibo diventa piacere*, Il Mulino, Bologna.
- Donaggio, E. a cura di (1989) *Dadapolis. Caleidoscopio napoletano*, Einaudi, Torino.
- Dorfles, G. (2003). *Artificio e Natura*, Skira, Milano.
- La Cecla, F. (2019). *Essere amici*, Einaudi, Torino.
- Fischler, C. (1992). *L'onnivoro. Il piacere di mangiare nella storia e nella scienza*, Mondadori, Milano.
- Gaccione, A. a cura di (2001), *La città narrata*, Viennepierre, Milano.
- GLOBAL REPORT ON FOOD TOURISM, UNWTO, AM.Reports: Volume 4
- Giddens, A. (1994). *Le conseguenze della modernità*, Il Mulino, Bologna.
- Ingold, T. (2020). *Siamo linee. Per un'ecologia delle relazioni sociali*, Treccani, Roma.
- Kohkiler, A. (2017). *L'arte dell'attesa*, Add Edizioni, Torino.
- Leed, E.J. (1992). *La mente del viaggiatore*, Il Mulino, Bologna.
- Magris, C. (2005). *L'infinito viaggiare*, Mondadori, Milano.
- Marrone, G. (2014). *Gastromania*, Bompiani, Milano.
- Mouginet, X. (2019). *La tentazione del giardino*, Ediciclo Editore, Portogruaro.
- Moio, L. (2016). *Il respiro del vino*, Mondadori, Milano.
- Nussbaum, M. (2014). *Non per profitto. Perché le democrazie hanno bisogno della cultura umanistica*, Il Mulino, Bologna.
- Nuvolati, G. (2006). *Lo sguardo vagabondo. Il flaneur e la città. Da Baudelaire ai postmodernisti*, Il Mulino, Bologna.
- Onfray, M. (2010). *Filosofia del viaggio*. Ponte Alle Grazie, Milano.
- Osti, G.L. (2017). *Invecchiare in giardino. De senectute in Horto*, Ponte alle Grazie, Milano.
- Perullo, N. (2016). *EPISTENOLOGIA. Il vino e la creatività del tatto*, Mimesis, Milano.
- Perullo, N. (2018). *EPISTENOLOGIA II. Il gusto non è un senso ma un compito*, Mimesis, Milano.
- Prosperi, A. (2021). *Un tempo senza storia. La distruzione del passato*, Einaudi, Torino.
- Tagliapietra, P. *La gola del filosofo. Il mangiare come metafora del pensare*, in "XÁOS. Giornale di confine", Anno IV, N.1 Marzo-Giugno 2005/2006
- Venuti, P., Simonelli, A., Rigo P. (2018). *Basi biologiche della funzione genitoriale. Condizioni tipiche e atipiche*, Raffaello Cortina Editore, Milano.
- Venturi Ferriolo M., (2019). *Filosofia del paesaggio*, Einaudi, Torino.
- <https://www.archivioluigighirri.com/>