

Turismo e mutamento culturale

Gino Satta, Università di Modena e Reggio Emilia

Il turismo: benedizione o maledizione?

Il fatto che il turismo rappresenti un'occasione importante di contatto e scambio tra culture costituisce quasi un'ovvietà. Per niente ovvio è, invece, in che modo questo contatto e questo scambio avvenga, quali siano i suoi effetti, quale il senso complessivo dello scambio. In effetti, da quando le scienze sociali hanno cominciato a occuparsi del turismo come agente del cambiamento sociale e culturale, sono state avanzate visioni piuttosto diverse, spesso anche contrapposte, delle sue dinamiche e dei suoi effetti.

Nei documenti elaborati dall'UNESCO per la conferenza sul turismo di Roma, organizzata nel 1963 dalle Nazioni Unite, ad esempio, prevale una concezione decisamente ottimistica degli effetti culturali del turismo. Il turismo è concepito come uno strumento di sviluppo particolarmente rapido ed efficace, dal punto di vista economico, e, dal punto di vista culturale, come uno strumento di reciproca conoscenza tra i popoli, che può portare a ridurre le diffidenze verso le altre culture; se, attraverso il turismo, i popoli arriveranno a conoscersi a vicenda, si capiranno meglio, non avranno paura gli uni degli altri, impareranno a rispettarsi. La conoscenza che deriva dagli scambi turistici contribuisce, in definitiva, alla pacifica convivenza mondiale.

Negli stessi anni, con il diffondersi del turismo di massa, studiosi provenienti da diverse discipline cominciano a mettere in guardia sugli effetti fortemente negativi che un'accresciuta esposizione ai flussi turistici può produrre sulle culture che ricevono i turisti.

Nasce, tra gli anni '60 e '70, una forte tendenza critica nei confronti del turismo di massa, che tende a metterne in evidenza i vari aspetti problematici e i molti punti oscuri, prima di tutto dal punto di vista economico e sociale, specie per quanto riguarda i «paesi in via di sviluppo»: lo scarso controllo dei prezzi da parte degli operatori economici locali; la dipendenza da una domanda di cui non si controlla la formazione (e per la quale le mete sono, in buona misura, interscambiabili); la forte necessità di investimenti di capitale che, se provenienti dall'estero, sono in gran parte rimpatriati, e se provenienti da investimenti pubblici (ad esempio per la costruzione di infrastrutture) finiscono per entrare in competizione con altri più urgenti bisogni sociali; l'aumento delle diseguaglianze economiche («i benefici del turismo, al contrario dell'acqua, scorrono verso l'alto» è stato scritto) e la diffusione di fenomeni di degrado sociale (come, ad esempio, la prostituzione).

In poche parole, il turismo si configurava più come uno strumento per riprodurre la dipendenza coloniale dalla quale i paesi in via di sviluppo si stavano appena liberando, che non come uno strumento di emancipazione e di sviluppo economico.

Il turismo tra esperienza inautentica e omologazione culturale

Anche dal punto di vista culturale il turismo comincia a cadere sotto due linee di critica diverse ma parallele, da parte di sociologi e antropologi. I primi, tradizionalmente più interessati al versante del turista, cominciano a mettere in dubbio che l'esperienza turistica abbia qualcosa a che fare con la conoscenza delle altre culture e del mondo più in generale.

In un libro dei primi anni '60, contemporaneo agli entusiastici proclami della conferenza di Roma, l'americano Daniel Boorstin ha, infatti, sostenuto che il turismo non ha niente a che fare con la conoscenza e che, lungi dall'arricchire l'esperienza di chi lo pratica di altri modi di vivere, contribuisce alla creazione di un mondo artificiale dove ogni cosa è trasformata in pseudo-evento per essere consumata dai voraci turisti (Boorstin, 1962). Il turismo non contribuirebbe dunque alla conoscenza del mondo, ma, al contrario, contribuirebbe alla creazione di un mondo snaturato e artificiale fatto su misura per essere visitato e consumato, cioè organizzato in funzione delle attività turistiche.

Per descrivere la situazione tipica del turista organizzato, che l'organizzazione turistica circonda di una serie di dispositivi rivolti non solo a proteggere la sua incolumità fisica, ma anche a garantire che egli possa continuare a condurre lo stile di vita cui è abituato nel proprio paese, cioè a proteggerlo dallo shock culturale del viaggio, è stata proposta da Erik Cohen la nozione di «bolla ambientale» (*enviromental bubble*). Si tratta di una serie di dispositivi caratteristici del turismo organizzato che finiscono in definitiva per minimizzare, se non impedire del tutto, il contatto del turista con altri modi di vivere. Un esempio di ciò può essere individuato nelle grandi catene di alberghi che offrono lo stesso *standard* di servizi e lo stesso *comfort* nelle più diverse località, o nei ristoranti degli alberghi che, accanto a qualche concessione alla cucina locale, tendono spesso a rassicurare i turisti con una cucina internazionale che promette di ritrovare all'altro angolo della terra, se non proprio i sapori di casa, almeno qualcosa di molto familiare.

Gli antropologi, dal canto loro, tradizionalmente più interessati al versante della cultura ospitante, cominciano negli anni '70 a studiare gli effetti della domanda turistica di esotismo e diversità culturale. La trasformazione delle feste, diventate in molti casi attrazioni turistiche (Greenwood, 1977; Pi-Sunyer, 1977), la produzione di nuovi oggetti artigianali destinati al mercato turistico (Graburn, 1976), solo per citare un paio degli argomenti più spesso affrontati nei nuovi studi antropologici sul turismo, invitano gli studiosi a domandarsi se le culture più deboli e marginali siano in grado di reggere l'impatto del turismo, soprattutto quando questo assume dimensioni sempre più di massa.

Molti studi di questo periodo hanno il tono allarmato di chi sta assistendo alla definitiva scomparsa di qualcosa di prezioso. Le culture autentiche saranno sostituite dai loro simulacri, messi in scena in funzione della presenza e dei gusti dei turisti. Altri, al contrario, individuano nel turismo qualcosa di più ambivalente,

che se da un lato rappresenta una minaccia, dall'altro può portare un contributo alla rivitalizzazione di aspetti delle culture minacciati dalla diffusione delle tecniche industriali e della civiltà dei consumi (Smith, 1977).

Lo stereotipo negativo

Il turismo appare come un'attività per molti versi paradossale: un'industria che si fonda sulla diversità (perché, in fondo, muoversi da casa se ogni luogo non è che una replica di ciò che già conosciamo?), e nello stesso tempo tende per un suo moto interno a distruggerla o a trasformarla in puro spettacolo. Il turismo viene così ad essere associato con immagini molto negative e si diffonde, anche tra gli studiosi di scienze sociali, lo stereotipo negativo del turista. A partire dagli anni '70, al termine «turista» è associata un'immagine fortemente negativa. Turista diventa sinonimo di viaggiatore superficiale, frettoloso, privo di curiosità, consumatore di attrazioni preconfezionate da altri, di vuoti simulacri, che si accontenta di esperienze inautentiche e prefabbricate.

Il turista di massa è contrapposto al viaggiatore aristocratico del Grand Tour, che viaggiava per conoscere. Questi è piuttosto interessato a riconoscere ciò che altri hanno descritto e indicato come degno di essere visto. Protetto dalla sua bolla ambientale, il turismo fugge dal contatto con l'alterità, o vi si avvicina solo in modo molto parziale e addomesticato. Il termine stesso viene ad essere coperto da una sorta di interdetto: nessuno definisce più se stesso turista. I turisti sono, al limite, gli altri con cui condividiamo il sovraffollamento delle località turistiche nei (pochi) giorni che la nostra organizzazione del lavoro destina al tempo libero.

Dean MacCannell (1976), un sociologo americano, riconosce in questo stereotipo un problema per le scienze sociali, che ne devono fare oggetto di analisi, piuttosto che assumerlo implicitamente come il proprio punto di vista.

L'analisi di MacCannell rovescia, in un certo senso, lo stereotipo negativo del turista. Non è la superficialità del turista, il suo accontentarsi di simulacri e riproduzioni grossolane, a produrre l'inautenticità delle culture con cui entra in contatto. Al contrario, sarebbe proprio la tensione del turista verso l'autenticità (la «vera vita degli altri») a innescare un meccanismo per il quale, nel tentativo di preservare i propri spazi di intimità culturale, i locali mettono in scena una versione della propria cultura a uso dei turisti.

Crisi dell'autenticità e rivalutazione dell'esperienza turistica

Nel corso degli anni '80 e '90 il tema del rapporto tra turismo e mutamento culturale sembra arricchirsi di prospettive meno aprioristiche, e soprattutto molto più attente all'estrema varietà dei contesti turistici. Malcom Crick, ad esempio, che scrive un'interessante rassegna degli studi antropologici sul turismo alla fine degli anni '80, mette in discussione, da un lato, l'utilità di teorizzare sul turismo come se

si trattasse di un unico fenomeno (e non invece un insieme composito di pratiche e fenomeni alquanto diversi tra loro), e, dall'altro, la possibilità di considerarlo come un oggetto autonomo (Crick, 1989). Detto in altri termini, gli effetti culturali del turismo sono molto diversi perché molto diverse sono le pratiche turistiche tra loro, e difficilmente isolabili perché è estremamente difficile (sempre che sia teoricamente possibile) separare i fenomeni turistici dagli altri processi culturali, economici, politici all'interno dei quali si inseriscono.

A contribuire al cambiamento di prospettiva contribuisce inoltre la nuova sensibilità, che potremmo per intenderci chiamare postmoderna, che mette in discussione l'idea stessa di autenticità culturale.

Molti studi convergono nel mettere in evidenza come l'autenticità culturale sia essa stessa una costruzione culturale, spesso densa di implicazioni ideologiche, che impone particolari gerarchie e valori ai fatti culturali (Clifford, 1988). Le culture sono, e sono sempre state, costruzioni instabili, aperte, fatte di scambi con l'esterno quanto di dinamiche interne, di innovazioni e attraversamenti quanto di permanenze. Il turismo si configura come uno dei modi in cui avviene, oggi, il contatto e lo scambio tra culture.

Le nuove prospettive sul turismo e mutamento culturale mettono anche in discussione un altro aspetto delle teorizzazioni degli anni '70, che sembravano attribuire alla cultura ospite un ruolo attivo nello scambio e a quella ospitante un ruolo fondamentale e inevitabilmente passivo. Gli studi degli anni '80 e '90, pur non negando, in linea generale, i dislivelli di potere implicati nel contatto, si occupano di ricostruire e analizzare le diverse strategie che gli attori sociali locali mettono in atto per rappresentare la propria cultura di fronte ai turisti, come anche di fronte ad altri estranei, tra i quali anche i ricercatori sociali (Volkman, 1990).

Emergono così due nuovi temi di grande interesse teorico ed etnografico: il rapporto tra turismo e politiche dell'identità locale e quello che chiamerei il carattere «prismatico» dei processi culturali nel mondo della comunicazione globale. Detto in altri termini, l'interesse sempre più diffuso per le pratiche culturali legate al turismo deriva dal fatto che queste mettono in moto complessi processi di elaborazione di identità e appartenenze locali (basta pensare ai prodotti tipici locali). E che questi processi comportano un vertiginoso gioco di specchi: ci si vede riflessi nello sguardo degli altri (un dato che, peraltro, non è solo del turismo, ed anzi accomuna quest'ultimo a molti altri fenomeni culturali propri della contemporaneità). Le strategie dell'appartenenza si ridefiniscono in uno spazio multilocale che comprende anche i diversi altri con i quali si entra in contatto (anche attraverso il turismo) e di fronte ai quali ci si rappresenta (Gallini, 2003).

Zone di contatto

Negli ultimi anni le due prospettive contrapposte di chi vedeva nel turismo uno strumento di omologazione globale e di deculturazione e di chi vi vedeva un mezzo per la conservazione e rivitalizzazione delle tradizioni si vengono a confondere e mescolare in vari modi. Le trasformazioni culturali promosse dal turismo comportano tanto processi di omologazione che di tradizionalizzazione.

Cresce la nuova consapevolezza che l'azione trasformativa del turismo sulle tradizioni non consiste tanto nel farle decadere e sparire, quanto invece nel contribuire, insieme ad altri fenomeni, a modificarne radicalmente lo statuto, isolandole, codificandole e irrigidendole.

Finirei questo mio intervento con un paio di casi etnografici che esemplificano quanto appena detto. Il primo è quello dei Dogon del Mali studiato da Gaetano Ciarcia (2003). L'oggetto dello studio di Ciarcia non è propriamente il turismo, quanto piuttosto l'istituzionalizzazione della cultura Dogon promossa principalmente dall'UNESCO, e cioè, in particolare, la trasformazione dell'«animismo dogon» (concetto etnologico che deriva dal lavoro di Marcel Griaule tra gli anni '30 e '50) in un «bene culturale» protetto dall'UNESCO, che ha fatto tra l'altro del *pays dogon* la meta di un turismo di nicchia ma piuttosto consistente. Ciarcia mostra come i Dogon di oggi (che sono musulmani, ma lo erano già ai tempi di Griaule) vivano un rapporto profondamente alienato con la propria tradizione «animista». Non si tratta, tuttavia, di un rapporto di pura passiva accettazione di un'immagine proposta dall'esterno, ma di un complesso gioco di strategie per pensare e rappresentare la propria appartenenza culturale in un contesto dominato da relazioni fortemente asimmetriche.

Il secondo è quello che io ho studiato nella Sardegna centrale, a Orgosolo, dove mi sono occupato del «pranzo con i pastori», una rappresentazione, nel senso teatrale del termine, che attinge a piene mani dalle immagini della diversità sarda che si sono stratificate nel corso degli ultimi due secoli per far vivere ai turisti una esperienza concreta della cultura pastorale sarda. Ciò che ho cercato di mettere in evidenza nel mio lavoro è come questo gioco serio comporti l'adozione da parte di chi si rappresenta come «pastore sardo» per i turisti di una serie di strategie più o meno consapevoli di elaborazione identitaria. Vedendosi attraverso gli occhi degli altri come pastori che rappresentano la più vera identità sarda, gli orgolesi con cui ho lavorato cercano di immaginare un modo per elaborare la propria appartenenza culturale (Satta, 2001, 2003, 2005).

Riferimenti bibliografici

- Boorstin D., 1962, *The image; or what happened to the American dream*, Atheneum, New York.
- Ciarcia G., 2003, *De la mémoire ethnographique: l'exotisme du pays dogon*, Éd. De l'école des hautes études en sciences sociales, Paris.
- Clifford J., 1988, *The Predicament of Culture. Twentieth-Century Ethnography, Literature, and Art*, Harvard University Press, Cambridge (Mass.); *I frutti puri impazziscono. Etnografia, letteratura e arte nel secolo XX*, Bollati Boringhieri, Torino 1993.
- Crick M., 1989, Representations of international tourism in the social sciences: sun, sex, sights, savings and servility, *Annual Review of Anthropology*, 18, pp. 307-344.
- Gallini C. (a cura di), 2003, *Patrie elettive. I segni dell'appartenenza*, Bollati Boringhieri, Torino.
- Graburn N.H. (a cura di), 1976, *Ethnic and tourist arts: cultural expressions from the Fourth World*, University of California Press, Berkeley & London.
- Greenwood D., 1977, *Culture by the Pound: an anthropological perspective on tourism as cultural commoditisation*, in V. Smith (a cura di), 1977, *Hosts and guests. The anthropology of tourism*, University of Pennsylvania Press, Philadelphia, pp. 171-185.
- MacCannell D., 1976, *The tourist. A new theory of the leisure class*, Schocken Books, New York.
- Pi-Sunyer O., 1977: *Through native eyes: tourists and tourism in a Catalan maritime community*, in V. Smith (a cura di), 1977, *Hosts and guests. The anthropology of tourism*, University of Pennsylvania Press, Philadelphia, pp. 187-199.
- Satta G., 2001, *Turisti a Orgosolo. La Sardegna pastorale come attrazione turistica*, Liguori, Napoli.
- Satta G., 2003, *Le pratiche dell'ospitalità «sarda»*, in C. Gallini (a cura di), 2003, pp. 61-91.
- Satta G., 2005, *Zone di contatto. Percorsi antropologici nell'era della mondializzazione*, Cleup, Padova.
- Smith V. (a cura di), 1977, *Hosts and guests. The anthropology of tourism*, University of Pennsylvania Press, Philadelphia.
- Volkman T. A., 1990, Visions and revisions: Toraja culture and the tourist gaze, *American Ethnologist*, 17(1), pp. 91-110.