

Divertenti
vignette
tratte
da «Homo
turisticus»
uno dei testi
di Canestrini

VAI A QUEL PAESE

Oltre l'omologazione per una vacanza consapevole

«Chatwin e Marco Polo quando tornavano dai viaggi avevano da raccontare tante storie, ora invece chi torna non ha nulla da dire, perché l'albergo, il cibo e i trasporti sono uguali a quelli di casa». Così si è espresso l'economista Jeremy Rifkin su Repubblica in un recente dialogo con Umberto Eco sulla globalizzazione. Chiediamo a Duccio Canestrini, che di turismo è esperto visto gli anni passati sul «campo» come collaboratore di Airone e che come antropologo ha studiato l'homo turisticus, se non c'è proprio speranza. Ovvero se il turismo è destinato proprio all'appiattimento di cui parla Rifkin o c'è la possibilità di avere ancora attraverso i viaggi arricchimento e cultura.

LA TAVOLA ROTONDA

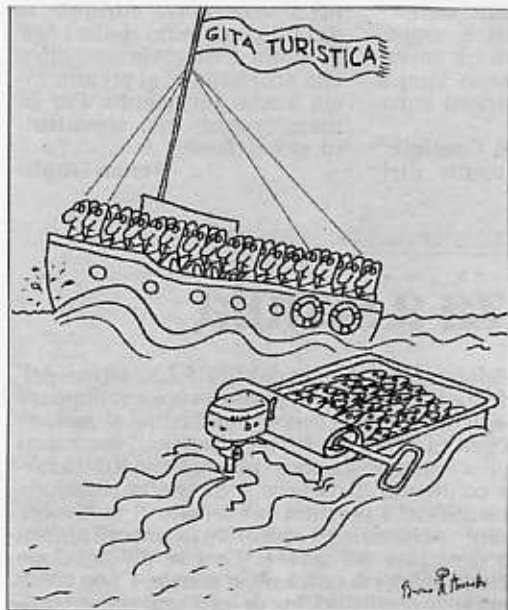
Un'industria che può aiutare

«Come andare a quel paese». Mica male come inizio. Gioco di parole di Duccio Canestrini, antropologo, scrittore, viaggiatore, per introdurre una serata sul turismo, quello consapevole, equo, solidale. Appunto, come andare a quel paese, nel sud del mondo in particolare, a contatto con popoli spesso sfruttati, poveri materialmente e con culture diverse dalle nostre di turisti occidentali. Nel corso dell'incontro organizzato a Trento dalla Rete trentina di educazione ambientale, laboratori che promuovono lo sviluppo sostenibile istituiti dalla Provincia, non è certo emersa una ricetta, semplicemente perché non c'è. Ci sono però dei comportamenti, degli approcci, questi si diversi rispetto al turismo fatto di souvenir e patacche. E Canestrini ha fatto un bell'esempio.

«Mi trovavo in Venezuela e stavo chiacchierando con un ragazzo indio della cultura, dei riti, delle tradizioni del posto. Un ragazzo vestito normalmente, blue jeans e maglietta. Ad un certo punto è arrivato un torpedone di turisti, camicia a fiori e macchina fotografica, giapponesi e inglesi. Il ragazzo ha subito capito che cosa volevano. Detto, fatto. Una capatina a casa e spunta il perizoma: l'indio era immortalato, fotografia per stanche serate con gli amici». D'altronde, l'80% del turismo mondiale si dirige dai paesi ricchi a quelli poveri e il turista cerca tranquillità, pacchetti rassicuranti, il tutto compreso facile facile, la riproposizione di modelli culturali conosciuti o stereotipati. Poco importa se questo riduce a folclore le tradizioni locali, se l'ambiente viene spesso massacrato per lasciar posto a complessi turistici con ogni comfort, se l'omologazione prevale a dispetto delle differenze e delle caratteristiche del posto.

«Ormai - sottolinea Canestrini - basta andare, non dove e come andare. La vacanza è un bene di consumo, pura evasione». Il turismo è il settore che rappresenta il 6 per cento del prodotto mondiale lordo e dà lavoro a 130 milioni di uomini e donne. Sono 6 milioni di spostamenti annui nel mondo per turismo. Gli americani sono i massimi consumatori seguiti dai tedeschi, dai giapponesi, dagli inglesi e dagli italiani. Senza demonizzare questo tipo di turismo, in fondo ognuno fa la vacanza che vuole, «consumandola» a suo piacimento, non può non emergere la consapevolezza che sia necessaria una cultura del limite, un turismo ecocompatibile, che privilegi la voglia di contatti, la curiosità e che, soprattutto, consenta effettive ricadute positive di sviluppo sulle realtà locali e territoriali. Un concetto, quest'ultimo, particolarmente caro ad Armando Stefani dell'Associazione Tremembè che ha avviato un progetto di «turismo responsabile» in un villaggio di pescatori del nord-est brasiliano («con il duplice obiettivo di offrire alle popolazioni locali strumenti di sviluppo e lavoro e ai turisti di fare un'esperienza equa, sostenibile e rispettosa»). «La scommessa - ha proseguito - è quella di avviare analoghe iniziative attraverso la rete delle botteghe del commercio equo e solidale. Si tratta di favorire il coinvolgimento delle comunità locali attraverso condizioni di lavoro non soggette a sfruttamento e proporre un'opera di controinformazione». «Il turismo, quello mordi e fuggi, è sempre più un'industria moneta-matica - conclude Stefani - che rafforza gli squilibri tra paese poveri e ricchi. Noi ne proponiamo uno diverso, che sia reale strumento di cooperazione». Diverso rispetto ad una vignetta proiettata da Canestrini e che recita, a ridosso di un grande aereo per le vacanze: «I viaggiatori distruggono quello che cercano», oppure, quell'altra, splendida: «Avete passato delle belle vacanze? Non so, non abbiamo ancora proiettato le diapositive».

Paolo Piffer



Il turista responsabile prima della partenza:

1. S'interroga sulle reali aspettative e motivazioni del suo viaggio: riposo e svago, nel rispetto dell'ambiente
2. Chiede di essere informato in modo corretto, da organizzatori e media, oltreché sugli aspetti tecnico logistici del viaggio, anche sul contesto socioculturale da visitare e di sua iniziativa si procura informazioni (attraverso testi, guide, Internet, materiale audiovisivo)
3. è interessato a creare in prima persona o tramite gli organizzatori contatti precedenti il viaggio con le realtà locali che potrebbero ospitarlo e con esponenti che potrebbe incontrare del luogo di destinazione
4. è interessato e disponibile a incontri preparatori con i suoi prossimi compagni di viaggio e/o l'accompagnatore
5. chiede agli organizzatori garanzie sulla qualità del viaggio dal punto di vista etico, sulle caratteristiche ambientali, economiche, sociali
6. Chiede la trasparenza del prezzo, per sapere quale percentuale del prezzo finale rimane alle comunità ospitanti

Per informazioni: www.solidea.org.