

**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TRENTO**

**FACOLTÀ DI SOCIOLOGIA  
CORSO DI LAUREA IN SOCIOLOGIA**

**TESI DI LAUREA:**

**TURISMO RESPONSABILE: DAI CRITERI  
GENERALI ALL'ESPERIENZA CONCRETA**

**RELATORE: DOTT. LAURO STRUFFI**

**LAUREANDA: DOSSI CHIARA**

**ANNO ACCADEMICO 2001-2002**

A quanti credono  
che un altro mondo  
è possibile

# INDICE

<b>PREMESSA .....</b>	<b>Pag. 7</b>
-----------------------	---------------

## **INTRODUZIONE**

<b>TURISMO: DEFINIZIONI E COMPORTAMENTI.....</b>	<b>” 10</b>
1. Cos'è turismo?.....	” 10
2. Dal turismo d'élite al turismo di massa.....	” 14
3. Comportamenti di massa e autenticità.....	” 19
4. Libertà e condizionamento.....	” 24
5. Il turismo: fonte d'interazione e stratificazione sociale	” 27

## **PARTE PRIMA: INQUADRAMENTO TEORICO**

### **CAPITOLO PRIMO**

#### **IL TURISMO E IL PROBLEMA DELLA SOSTENIBILITÀ ” 31**

1. Il problema della sostenibilità nel turismo.....	” 33
2. Turismo, Ambiente, Etica ed Economia.....	” 44
3. Turismo e Territorio.....	” 45
4. Gli indicatori e la valutazione della sostenibilità.....	” 47
5. Come fare turismo sostenibile?.....	” 49
5.1. Le comunità locali.....	” 50
5.2. Il rapporto 1:1 e il problema delle seconde casa	” 51
5.3. Limitazione della mobilità.....	” 52
5.4. Offrire prodotti competitivi e di qualità e favorire la collaborazione scientifica.....	” 53
6. Agli operatori turistici interessa il turismo sostenibile?.	” 54

7. Gli strumenti della sostenibilità.....Pag.	56
8. Turismo sostenibile e responsabile, sono la stessa cosa? ”	58

## **CAPITOLO SECONDO**

<b>IL TURISMO E LA SFIDA DELLA RESPONSABILITÀ.....</b> ”	<b>61</b>
1. Nascita e consolidamento del turismo responsabile.....	” 64
2. Cosa deve fare un turista responsabile?.....	” 67
3. La scelta del viaggio.....	” 70
4. La scelta dei compagni .....	” 74
5. La necessità di viaggiare informati.....	” 75
6. Concedersi tempo.....	” 77
7. Evitare i tour operators.....	” 78
8. La monetizzazione dei rapporti umani.....	” 80
9. La necessità di superare luoghi comuni e preconcetti...	” 82
10. Fotografie, abbronzatura e souvenir.....	” 84
11. Opulenza, povertà e degrado: l'importanza di sapere dove vanno i soldi.....	” 87
12. Il ruolo del turista al ritorno.....	” 88

## **CAPITOLO TERZO**

<b>TURISMO INTERNAZIONALE E SVILUPPO.....</b> ”	<b>91</b>
1. Previe considerazioni terminologiche.....	” 91
2. La dimensione del turismo internazionale.....	” 95
3. Il turismo è monopolio delle multinazionali?.....	” 98
4. Turismo internazionale e terzo mondo.....	” 101
5. Il turismo è una nuova forma di colonialismo?.....	” 103
6. Il turismo rappresenta veramente una possibilità di sviluppo per i paesi del terzo mondo?.....	” 106
7. Il futuro del turismo.....	” 108

## **PARTE SECONDA: RILEVAZIONE EMPIRICA**

### **CAPITOLO QUARTO**

#### **IL CONTESTO STORICO-CULTURALE E SOCIALE DI**

#### **UN'ESPERIENZA..... ” 111**

##### 1. Inquadramento socio-territoriale dell'area oggetto

d'indagine..... ” 111

1.1. La struttura geografica..... ” 114

1.2. La situazione economica..... ” 116

1.3. La popolazione e il problema delle migrazioni  
interne ..... ” 117

2. Il turismo in Brasile..... ” 117

3. Il Ceará..... ” 118

4. Il distretto di Icapuì..... ” 120

4.1. Situazione economica..... ” 121

4.2. Contesto sociale..... ” 124

4.3. Salute..... ” 128

4.4. Altri servizi..... ” 128

4.5. Abitazioni..... ” 130

5. Il paese di Tremembè e l'omonima pousada..... ” 131

5.1. Storia della pousada e dell'associazione  
Tremembè..... ” 133

5.2. Gestione della pousada..... ” 134

5.3. Beneficiari della pousada..... ” 138

5.4. Alcuni dati sulle presenze in pousada..... ” 138

### **CAPITOLO QUINTO**

#### **DIARIO DI VIAGGIO..... ” 141**

1. Cenno sulla metodologia d'analisi..... ” 141

2. Diario d'un mese in Cearà.....	” 144
3. Riflessioni conclusive.....	” 174
3.1. Ospitalità.....	” 174
3.2. Strutture d'accoglienza.....	” 175
3.3. Capacità d'adattamento.....	” 176
3.4. Percezione della diversità.....	” 177
3.5. Comunicazione.....	” 177
3.6. Risvolti economici.....	” 178

## **CAPITOLO SESTO**

<b>UN'ESPERIENZA DI TURISMO SOSTENIBILE: PRAINHA DO CANTO VERDE.....</b>	<b>” 180</b>
--	--------------

1. Il progetto turistico di Prainha do canto verde.....	” 182
2. Intervista a Renè Schärer.....	” 185

<b>CONCLUSIONI.....</b>	<b>” 189</b>
-------------------------	--------------

## **ALLEGATO**

<b>ASSOCIAZIONI CHE SI OCCUPANO DI TURISMO RESPONSABILE.....</b>	<b>” 195</b>
--	--------------

<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>” 210</b>
--------------------------	--------------

## PREMESSA

“Se uno stesse bene a casa propria viaggerebbe meno. La gente che incontro io si sposta ma non va da nessuna parte, sta sempre nello stesso posto senza rendersene conto. Mangia le stesse cose che mangerebbe a casa, va in albergo a quattro stelle che è uguale in tutto il mondo. Chi fa viaggiare la gente? Chi gli rende indecorosa e invivibile la vita in città”<sup>1</sup>

Il mio interesse per il turismo responsabile nasce da una più generale passione per le problematiche legate al problema dello squilibrio economico tra Nord e Sud del mondo. Il primo approccio all’argomento è avvenuto leggendo il testo di Renzo Garrone, *Turismo responsabile: nuovi paradigmi per viaggiare in terzo mondo*, in cui l’autore svolge un’accurata analisi del fenomeno turistico e riflette in particolare sulle ripercussioni negative che esso può avere in paesi poveri (o impoveriti) come quelli del terzo mondo. Sembra infatti che talvolta il turismo, che dovrebbe contribuire allo sviluppo economico delle zone depresse, si trasformi in realtà in strumento per mantenere privilegi e sfruttamento. Il problema che abbiamo di fronte a noi è quindi: come far sì che il turismo diventi fattore di crescita culturale e umana, oltre che elemento facilitatore di uno sviluppo socio-economico equo ed eticamente corretto?

Il presente lavoro è il tentativo di trovare una risposta a questa domanda. Buona parte delle idee, dei materiali, dei documenti che si fondono nella ricerca sono stati reperiti attraverso seminari, incontri, discussioni ai quali ho avuto la fortuna di partecipare. Particolarmente illuminante, da questo punto di vista, è stato un corso di alcuni mesi su *Cooperazione e mondialità*, promosso dall’associazione di cooperazione internazionale ‘Tremembè’. Questa offriva anche delle borse di studio a persone

interessate a conoscere un progetto cooperativo di turismo responsabile in Brasile: ho avuto la fortuna di poter usufruire di tale sussidio.

Questi sono stati gli ingredienti attraverso i quali ha preso forma il presente studio che si apre con un'*introduzione* d'inquadramento generale che descrive il fenomeno turistico dal punto di vista sociologico, storico e psicologico. In seguito la tesi si divide in due parti.

La prima comprende tre capitoli di carattere teorico che intendono presentare alcune fondamentali categorie concettuali ed euristiche.

Il *primo capitolo* analizza il turismo sostenibile del quale vengono elencate definizioni, contenuti e storia. Si tratta di una riflessione indispensabile per liberare il campo da possibili confusioni tra sostenibilità e responsabilità.

Il *secondo capitolo* invece riguarda il turismo responsabile: qui si tenta di entrare nel merito di questo nuovo modo di concepire il turismo partendo dall'analisi dei problemi che lo hanno generato. Si prosegue con una definizione dei punti fondamentali che lo caratterizzano, fino alla costruzione di una tabella che mette a confronto i comportamenti dei turisti responsabili e non.

Il *terzo capitolo* tratta lo sviluppo turistico a livello internazionale. In particolare vengono presentati i dati statistici dell'Organizzazione Mondiale del Turismo e si svolge una riflessione sul ruolo delle multinazionali del settore. In questo contesto si cerca di capire se il turismo può veramente funzionare da volano per lo sviluppo dei paesi poveri.

La parte seconda invece presenta una rilevazione empirica sul turismo responsabile, frutto dell'esperienza di un mese di viaggio in Brasile. Anch'essa si compone di tre capitoli.

Il *capitolo quarto* descrive la situazione economica, sociale e politica del contesto dove si è realizzata la ricerca, riservando particolare

---

<sup>1</sup> Intervista a Beppe Grillo in. *I Viaggi*, supplemento a *La Repubblica*, n. 242, settembre 2002, p. 58

attenzione all'associazione Tremembè. L'associazione gestisce la pousada (tipica struttura d'accoglienza brasiliana) dove sono stata ospite durante il viaggio.

Il *capitolo quinto* è la raccolta delle riflessioni giornaliere che io turista ho scritto durante il viaggio in qualità di aspirante 'turista responsabile'. Qui in particolare vengono riportate le difficoltà e le paure che ho provato cercando di viaggiare in modo responsabile e consapevole.

Infine il *capitolo sesto* presenta il caso di *Prainha do Canto Verde*, un esempio di turismo responsabile funzionante in un paese del terzo mondo.

Il lavoro si chiude con le conclusioni generali che presentano i risultati della ricerca nel tentativo di rispondere alla domanda posta in sede di premessa.

Segue un allegato che riporta i nomi delle principali associazioni che si occupano di turismo responsabile.

## INTRODUZIONE

# TURISMO: DEFINIZIONI E COMPORAMENTI

“Occorre fare tutto il possibile perché il turismo non diventi in nessun caso una moderna forma di sfruttamento, ma sia occasione per un utile scambio di esperienze e per un proficuo dialogo tra civiltà diverse. In una umanità globalizzata, il turismo è talora fattore importante di mondializzazione, in grado di provocare cambiamenti radicali e irreversibili nelle culture delle comunità di accoglienza”<sup>2</sup>.

## 1. COS'È TURISMO?

L'attitudine al viaggio è sempre stata presente nella storia dell'uomo, risponde alla sua esigenza di realizzare nuove conoscenze, di fare esperienze diverse, di esplorare. Viaggiando ci si avvicina al *diverso*, si conosce l'ambiente, al pari di avventurieri ed esploratori che per centinaia d'anni hanno popolato la nostra storia. Se volessimo dare una datazione al fenomeno turistico, considerando genericamente qualsiasi spostamento dell'uomo dalla località di residenza ad altro luogo di soggiorno, la storia del turismo si perderebbe nella notte dei tempi.

Già nell'antico Egitto abbiamo testimonianza (da documenti che risalgono al quarto millennio a.C.) dell'esistenza dei pellegrinaggi.

I Fenici che viaggiavano per ragioni prevalentemente commerciali, si portarono in tutto il Mediterraneo arrivando addirittura ad oltrepassare le colonne d'Ercole. La figura dello straniero era tollerata ed accettata

---

<sup>2</sup> Messaggio di Giovanni Paolo II per la XXII giornata mondiale del Turismo, Città del Vaticano 9 giugno 2001

dalle antiche civiltà: i Greci, come tutta l'antichità orientale, guardavano allo straniero e al viandante come ad una persona cara agli dei, l'ospitalità assumeva valenza sacra e il forestiero veniva onorato e accolto in casa<sup>3</sup>.

La storia, con i suoi cambiamenti economici e sociali, ha distorto la concezione dell'ospitalità che è passata da dovere morale di solidarietà a offerta di servizi per la produzione di reddito.

Il viaggiare insomma è evoluto assieme alla società, ha subito delle trasformazioni che hanno portato alla nascita del fenomeno turistico così come lo conosciamo noi. Si tratta di un sistema complesso, molto diversificato al suo interno, in continuo mutamento; un fenomeno per nulla semplice, decisamente contraddittorio, in perenne bilico tra positivo e negativo<sup>4</sup>. Per questo, è di fondamentale importanza riuscire a dare dei confini all'oggetto d'analisi, ricercando una definizione che ne permetta lo studio in termini scientifici. I primi scienziati sociali a studiare il *movimento dei forestieri* sono stati, negli anni venti-trenta del Novecento, studiosi prevalentemente tedeschi che si sono interessati a questo fenomeno per le interazioni sociali in esso prodotte. Attratti soprattutto dall'ambiguità dei gruppi sociali d'accoglienza, che da una parte dovevano preservare la propria continuità escludendo i diversi e dall'altra dovevano continuamente evolversi aprendosi verso l'esterno, arrivarono a dare delle definizioni del turismo che tuttora sono molto valide.

Bormann, nel saggio *Die Lehre vom Fremdenverkehr*, pubblicato nel 1931, definisce turistici “*i viaggi che vengono intrapresi a fini di ricreazione, di piacere, di attività lavorative o professionali o per motivi analoghi, in molti casi in occasione di particolari manifestazioni o avvenimenti, e nei quali l'assenza d'una residenza stabile si determina*

---

<sup>3</sup> Cfr. G. Corna Pellegrini, *Turisti viaggiatori, per una geografia del turismo sostenibile*, Tramontana, Milano 2000

<sup>4</sup> Cfr. G. Rossi, *Storia e psico-sociologia del turismo*, Editrice San Marco, Bergamo 1987, pp. 9-11

*solo temporaneamente*”<sup>5</sup>. Bormann inserisce tra i turisti anche chi viaggia per lavoro, e non riflette intorno alle motivazioni che più o meno consciamente spingono ad intraprendere un viaggio. Glucksmann, dal canto suo, aggiunge solo una specificazione alla formulazione di Bormann, dicendo che il turismo è la “*somma delle relazioni tra una persona che si trova solo temporaneamente nel luogo del suo soggiorno e persone di questo luogo*”<sup>6</sup>. Si parla quindi di rapporti, di reciprocità, non può esistere turismo senza che si realizzino relazioni tra locali e stranieri. Morgenroth, nel 1929, dice che il turismo è “*un movimento di persone che si allontanano provvisoriamente dalla loro residenza stabile per recarsi in altri luoghi al fine di soddisfare bisogni vitali o culturali, o di appagare desideri personali della più diversa natura, esclusivamente in qualità di consumatori di beni economici e risorse culturali*”<sup>7</sup>. Ogilvie, in *The Tourist movement*, nel 1933, esclude dalla cerchia dei turisti coloro che viaggiano per lavoro o comunque per motivi professionali: “*il denaro che i turisti spendono durante il viaggio dev’essere tratto dalle loro attività ordinarie e dalla loro residenza abituale, non guadagnato nei luoghi visitati*”<sup>8</sup>.

Anche W. Hunziker e K. Krampf, non considerano turistici quei viaggi intrapresi per motivi lavorativi, o dove si manifesta una forma di residenza stabile<sup>9</sup>. Un contributo significativo apportato a questo tipo di studi è dato da H. J. Knebel, il quale delinea un ponte tra la teoria sociologica della prima metà del Novecento, con quella sviluppatasi dopo la seconda Guerra Mondiale. Knebel porta ad una riflessione intorno al *piacere del viaggio*: “*il comportamento turistico comincia solo al di là del minimo vitale, esso è orientato al soddisfacimento di*

---

<sup>5</sup> A. Bormann, *Die Lehre vom Fremdenverkehr*, Berlino 1931, cit. in A. Savelli, *Sociologia del turismo*, Franco Angeli, Milano 1996, p.39

<sup>6</sup> R. Glucksmann, *Fremdenverkehrskunde*, Berna 1935, cit. in A. Savelli, *Sociologia del turismo*, cit. p.39

<sup>7</sup> Morgenroth, *Fremdenverkehr*, in *Handwörterbuch der steetswissenschaften*, Jena 1929, cit. in A. Savelli, *Sociologia del turismo*, cit. p. 41

<sup>8</sup> F. W. Ogilvie, *The tourist movement*, Londra 1933, p. 4

<sup>9</sup> Cfr. R. Lavarini, *Sociologia del turismo*, Cooperativa libreria IULM, Milano 1988, p. 60

*bisogni di lusso*”<sup>10</sup>, in particolare per definire un viaggio di turismo, Knebel identifica quattro punti fondamentali:

- deve esserci una propensione sociale che spinge al movimento;
- devono nascere delle relazioni tra i turisti e la popolazione locale;
- il turismo è soddisfazione di un ‘bisogno di lusso’ con mezzi guadagnati nel luogo di residenza abituale;
- il turista aspira, anche in viaggio, al comfort e alla sicurezza fisica.

Nella conferenza ONU, sui viaggi ed il turismo internazionale, tenuta a Roma nel 1963, si definisce turista “*il visitatore temporaneo, che si ferma almeno ventiquattro ore nel paese visitato, quando lo scopo del viaggio può essere classificato sotto una delle seguenti voci:*

- *piacere (ricreazione, vacanza, salute, studio, religione, sport)*
- *affari, relazioni famigliari, missioni, convegni*”<sup>11</sup>.

Infine merita una citazione di riguardo Cohen, il cui contributo è fondamentale per aver sottolineato l’importanza nel turismo della rottura con la routine: “*turista è colui che si mette in viaggio volontariamente e per un periodo di tempo limitato, mosso da un’aspettativa di piacere derivante da condizioni di novità e di cambiamento sperimentate in un itinerario di andata e ritorno relativamente lungo e non ricorrente*”<sup>12</sup>.

Molto interessante per l’apporto teorico che ha prodotto è anche un articolo pubblicato in *Host and Guests the anthropology of turism* di Dennison Nash: *Tourism as a form of imperialism*,<sup>13</sup> dove il turismo viene studiato anche come motore per l’evoluzione sociale. Un altro articolo da evidenziare è *Defining tourism A supply-Side View*<sup>14</sup>, di Stephen L. Smith dove vengono analizzate le varie definizioni di turismo, le motivazioni psicologiche che spingono al viaggio e il ricco

---

<sup>10</sup> H. J. Knebel, *Soziologische Strukturwandlungen im modernen Tourismus*, Enke Verlag, Stuttgart 1960, cit. in A. Savelli, *Sociologia del turismo*, cit. p. 42

<sup>11</sup> A. Savelli, *Sociologia del turismo*, cit. p. 45

<sup>12</sup> E. Cohen, *Who is tourism? A conceptual Clarification*, in *The sociological Review*, novembre 1974, pp. 527-555

<sup>13</sup> Cfr. D. Nash, *Tourism as a form of Imperialism* in *Hosts and guests, The antropology of tourism*, University of Phennsylvania press, Philadelphia 1989

<sup>14</sup> Cfr. S.L.Smith, *Defining tourism a supply-side View*, in *Annals of Tourism Research*, Printed in the USA, Vol. 15, pp.179-190, 1988.

business che questa attività produce. Tanti intellettuali, oltre a quelli citati, hanno dato contributi rilevanti in materia: Littré, GuyerFreuler, Sessa<sup>15</sup>, per ricordarne alcuni. Si tratta di riflessioni interessanti ma che dobbiamo tralasciare per non addentrarci in una strada che cambierebbe la natura del nostro studio.

Al fine del nostro lavoro riteniamo più indicata la definizione di G. Ragone, che definisce turistico qualsiasi spostamento di individui o di gruppi da una località abituale di residenza verso altre località, specificando che *“bisognerà attendere l'epoca moderna e la rivoluzione industriale perché si presentino spostamenti con uno specifico carattere di fine, perché il muoversi da una località all'altra rappresenti un piacere in sé e sia desiderato come tale da strati sempre più ampi della popolazione. Il turismo è quindi un fenomeno relativamente recente, un prodotto della modernità nato in conseguenza al combinarsi di diversi fattori quali lo sviluppo dei trasporti e delle comunicazioni, l'aumento del tempo disponibile e, naturalmente, il miglioramento delle condizioni di vita delle famiglie”*<sup>16</sup>.

Chiamiamo quindi turistico *qualsiasi spostamento di forte rilevanza sociale che abbia come unico scopo il piacere del viaggiare, del riposo, dello svago, del conoscere e dell'imparare, prendendosi una pausa dalle incombenze della vita quotidiana.*

## **2. DAL TURISMO D'ÉLITE AL TURISMO DI MASSA**

Non si intende qui approfondire l'analisi dei precursori del turismo per ricostruirne la storia, ci si vuole limitare ad una descrizione veloce del Gran Tour e dei suoi successivi sviluppi. Questo perché lo scopo della ricerca è di mettere in evidenza le problematiche socio-economiche e

---

<sup>15</sup> Cfr. G. Rossi, *Storia e psico-sociologia del turismo*, cit. p.65

<sup>16</sup> G. Ragone, *Turismo* in *Enciclopedia delle scienze sociali*, Grafiche Abramo, Roma 1998, pp. 675-683

ambientali prodotte dal turismo di massa, così da collegarsi alla riflessione intorno al *Turismo Responsabile*.

Il turismo è nato come modello di svago e di riposo nell'alta borghesia e aristocrazia quando, con l'avvento della rivoluzione industriale e soprattutto grazie ai nuovi mezzi di trasporto, è diventato più facile e meno costoso viaggiare. È questa l'epoca del Grand Tour, o tour (da cui appunto il termine turismo), un viaggio inteso come fonte d'istruzione intrapreso da giovani aristocratici o borghesi europei che nel corso dei propri studi si recano a visitare i paesi mediterranei<sup>17</sup>. Risulta difficile quantificare i viaggiatori che affrontarono questi avventurosi viaggi: la letteratura ci riporta solo che il Grand Tour fu un vero e proprio fenomeno di massa, durava da uno a tre anni e veniva pianificato con largo anticipo. All'inizio questi viaggi erano riservati ai giovani nobili, ma a partire dal 1700 l'arte del viaggiare diventa un'esperienza diffusa anche nello strato più ampio della borghesia<sup>18</sup>.

Il turismo rimase prosperoso fino alla prima guerra mondiale, quando gli eventi bellici, per ovvi motivi, ne arrestarono lo sviluppo.

È con la fine della seconda guerra mondiale che si assiste ad un evento senza precedenti: le città europee distrutte, devastate dalla guerra dovevano essere ricostruite, si doveva ritornare alla normalità e riportare l'economia al passo con la potente America. Fu proprio l'opera di ricostruzione e risanamento (peraltro molto rapida) ad avviare una ripresa economica vertiginosa, uno sviluppo senza precedenti che aiutò e favorì anche lo sviluppo del settore turistico. Infatti *“negli anni dal 1950 al 1966 il movimento turistico internazionale passò da 25 milioni di persone a 130 milioni”*<sup>19</sup>.

Secondo Rossi questo sviluppo è stato determinato da innumerevoli fattori e concomitanze:

---

<sup>17</sup> Cfr. Brilli, *Quando viaggiare era un'arte, il romanzo del Grand Tour*, Il Mulino, Bologna 1995, p.18;

Cfr. R. Lavarini, *Sociologia del turismo*, cit. pp. 6-34

<sup>18</sup> Cfr. A. Savelli, *Sociologia del turismo*, cit. pp. 74-76

<sup>19</sup> G. Rossi, *Storia e psico-sociologia del turismo*, cit. p.39

- l'affermazione di una nuova pace che aveva determinato un clima di dialogo e collaborazione fra gli stati, anche se resisteva la contrapposizione USA – URSS;
- il miglioramento delle condizioni di vita dei paesi industrializzati, conseguente anche al progresso scientifico e tecnologico;
- le conquiste della legislazione sociale: aumenti salariali, riduzione dell'orario di lavoro, ferie pagate, ecc.;
- la diminuzione dei costi dei viaggi;
- la diversificazione dell'offerta turistica: non ci sono più soltanto alberghi o ospizi, nascono i campeggi e i villaggi turistici.

Il turismo va quindi ad interessare tutte le classi, compresi i ceti medi e le classi lavoratrici che possono finalmente beneficiare di tempo libero e di surplus di reddito. Così in Europa, dopo la seconda guerra mondiale, assistiamo alla trasformazione da fenomeno d'élite a realtà di massa.

Europa ed America erano (e sono tuttora) le principali aree di destinazione e di arrivo, ma accanto a queste prendono piede (ma solo come aree di destinazione) alcuni paesi del *terzo mondo*<sup>20</sup>: l'America Latina, i Caraibi, l'Asia e l'Oceania, l'Africa (Marocco e Tunisia soprattutto), il Medio Oriente.

Va notato che in questo momento cambia anche il rapporto tra l'individuo ed i beni ed i servizi di cui usufruisce quando si mette in viaggio: mentre le forme di turismo precedenti (Grand Tour e pellegrinaggio medioevale), erano caratterizzate dalla forma '*fai da te*' dove il viaggiatore si organizzava da solo, il viaggio contemporaneo è quasi sempre mediato dalla presenza di agenzie di viaggio che propongono consulenze e servizi, sono a tutti gli effetti dei professionisti del viaggio<sup>21</sup>.

---

<sup>20</sup> Per facilitare la lettura di questo lavoro, si utilizzeranno come sinonimi i termini 'Terzo mondo', 'Paesi poveri', 'Paesi impoveriti', 'Paesi in via di sviluppo' 'Paesi sottosviluppati', 'Sud del Mondo'. Parallelamente saranno sinonimi anche 'Paesi sviluppati', 'Paesi del Nord', 'Paesi industrializzati'.

<sup>21</sup> Cfr. A. Savelli, *Sociologia del turismo*, cit, p.112-114

Il *turismo di massa* sviluppatosi negli anni cinquanta-sessanta ha trovato terreno fertile nella società opulenta e consumistica ed è quindi il frutto di questa nuova espansione dei consumi e della produzione.

La diffusione della televisione, dei giornali, dei mass media in genere è un elemento fondamentale della società emergente, le informazioni vengono diffuse in tempo reale, è cambiata la concezione del tempo e dello spazio, è diventato più facile muoversi e conoscere realtà diverse: sono cambiate le mode, i modi di pensare, le culture e le tradizioni.

Anche l'urbanizzazione ha portato consistenti conseguenze a livello d'organizzazione e sulla qualità della vita; le persone vanno a vivere in città a ridosso delle grandi imprese, offrendosi come lavoratori salariati proprio mentre la legislazione sociale e le conquiste sindacali cominciano a portare nella cultura il valore del riposo e dell'ozio<sup>22</sup>.

Il turismo risponde appieno a questo cambiamento radicale, non è più una spesa ostentatoria; le ferie pagate ci sono per tutti e il viaggiare, allontanandosi dalla quotidianità, è il modo migliore per soddisfare le esigenze d'evasione e di riposo.

Dalla metà degli anni cinquanta (precisamente dal 1956) possiamo già parlare di era post-industriale, assistiamo al sopravvento del settore terziario sugli altri settori dell'economia, per la prima volta i *colletti bianchi* superano numericamente i *colletti blu* negli Stati Uniti<sup>23</sup>. Questo non significa che la produzione di beni regredisca quanto piuttosto che le risorse umane vengono sempre più impiegate nella produzione di servizi<sup>24</sup>.

In campo turistico abbiamo un forte aumento degli investimenti per la costruzione d'infrastrutture turistiche secondo due modalità: da una parte si cerca il rinnovo della tradizione passata, si rilanciano località turistiche conosciute, dall'altra si mira alla costruzione di nuove stazioni

---

<sup>22</sup> G. Rossi, *Storia e psico-sociologia del turismo*, cit. p. 35

<sup>23</sup> Cfr. J. Rifkin, *La fine del lavoro*, Baldini & Castoldi, Varese 1995, pp. 68-69

<sup>24</sup> Cfr. D. Bell, *The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*, New York 1973, p. 83 e ss.

sfruttando l'abilità manageriale nell'offerta d'immagini e prodotti in sintonia con le tendenze di massa<sup>25</sup>.

Si tratta di uno spostamento di capitali di enormi dimensioni. Infatti, in questi anni si sono costruite delle vere e proprie *città turistiche* destinate a rimanere deserte per la maggior parte dell'anno e congestionate nei mesi di maggior flusso turistico: un uso esasperato del territorio, attraverso un'imponente messa in opera di nuovi edifici costruiti senza rispettare le più elementari regole dell'edilizia locale, il cui unico pregio è quello di saper dare alloggio ad una notevole quantità di individui. Anche l'ambiente naturale ne ha risentito; l'esempio più evidente è quello delle spiagge che stagionalmente vengono assaltate da fiumane di gente irrispettosa che, più o meno volontariamente, deruba le comunità locali del proprio habitat, favorendo e mantenendo un sistema economico fondato su modelli d'investimento dall'esterno, che non porta benefici agli abitanti.

Le nuove stazioni turistiche devono saper far fronte al vertiginoso aumento della popolazione assumendo lavoratori stagionali, aumentando gli approvvigionamenti d'acqua, di risorse energetiche; tutti servizi per il turista ma pagati dalla popolazione locale attraverso l'imposizione fiscale.

Queste località turistiche vengono dotate d'ogni comfort tanto che l'andare in vacanza si trasforma nello spostamento della propria vita (comprensiva d'abitudini, necessità, comodità), dalla propria abitazione al villaggio, con il risultato che questi posti perdono la loro particolarità e finiscono col diventare tutti uguali, senza distinzioni fra l'una e l'altra parte del mondo<sup>26</sup>.

Mentre da una parte il viaggiatore è spinto dalla necessità di eliminare gli effetti negativi del vivere quotidiano (lo stress, gli orari da rispettare, la mancanza di contatto con la natura), dall'altra predilige i

---

<sup>25</sup> Cfr. G. Rossi, *Storia e psico-sociologia del turismo*, cit. p.37

<sup>26</sup> Cfr. D. Canestrini, *Andare a quel paese: vademecum del turista responsabile*, Feltrinelli Traveller, Milano 2001

soggiorni in luoghi che offrono lo stile di vita di casa. Questa è una contraddizione che ritroviamo in numerose proposte per la vacanza: i *pacchetti tutto compreso* ne sono l'esempio più evidente, anche se è doveroso distinguere il turismo di massa - un modo di viaggiare omogeneo e standardizzato proprio della società opulenta dell'epoca industriale - da un turismo più stratificato ed articolato proprio della società post-industriale - caratterizzato da una complessa differenziazione<sup>27</sup>.

### 3. COMPORTAMENTI DI MASSA E AUTENTICITÀ

Il dato che ha attirato l'attenzione di tanti scienziati sociali, è appunto questo passaggio del turismo da fenomeno tipicamente aristocratico, di élite, a fenomeno di massa<sup>28</sup>.

Il turismo dei nostri giorni è turismo popolare, turismo per tutti, anche se spesso così dicendo si finisce con l'ignorare che in realtà si tratta ancora di un fenomeno elitario dato che i tre quarti della popolazione mondiale tutt'oggi non conosce la realtà delle ferie. La maggior parte dei turisti del mondo provengono dai paesi industrializzati: il 57% sono Europei, e il 16% Nordamericani<sup>29</sup>: la massa di individui che si possono permettere di viaggiare si è allargata, ma non certo ancora democratizzata. Nel 1992 un inglese spendeva in turismo 330 dollari all'anno, un americano 154, un tunisino 22, un indiano solo mezzo dollaro<sup>30</sup>. Non potrebbe essere altrimenti: proviamo a pensare cosa provocherebbe un turismo non di 600 milioni di individui, ma di qualche miliardo di viaggiatori che ogni anno si spostano su aerei, strade, fiumi e

---

<sup>27</sup> Cfr. G. Rossi, *Storia e psico-sociologia del turismo*, cit. p.71

<sup>28</sup> Cfr. G. Ragone, *Turismo*, in *Enciclopedia delle scienze sociali*, cit. pp.675-683

<sup>29</sup> Cfr. M. Bianchi, *L'Arte del viaggio, ragioni e poesia di un turismo sostenibile*, Mc, Milano 1998, p.45

<sup>30</sup> Cfr. *Viaggiare, che passione: turismo responsabile e cooperazione internazionale* in [www.homoturistics.com](http://www.homoturistics.com)

mari che richiedono alberghi e strutture adeguate... il mondo probabilmente sarebbe al collasso<sup>31</sup>.

Tralasciando per il momento questi aspetti, cerchiamo di analizzare quella che dagli anni del secondo dopoguerra è stata definita *società di massa*, perché la definizione di questo concetto legato alla rivoluzione industriale e al miglioramento delle condizioni di vita può aiutare a comprendere meglio il significato di *turismo di massa*.

Nel secondo dopoguerra assistiamo ad un forte aumento demografico concentrato nelle grandi città dove i lavoratori salariati vengono assunti nelle fabbriche finanziate ed organizzate secondo il modo di produzione industriale; la vita media dell'uomo si prolunga grazie ai nuovi passi compiuti dalla medicina e alle migliori condizioni igieniche; il lavoro subisce una parcellizzazione tecnica sempre più capillare e programmata; le disuguaglianze sociali diminuiscono; la famiglia estesa viene sostituita da quella nucleare; c'è maggiore mobilità demografica e sociale; aumenta la produzione industriale e nasce il consumismo<sup>32</sup>. Questa è la *società di massa*, un sistema di relazioni sociali che si suddividono tra produttive e non produttive, è la società opulenta frutto della repentina diffusione della produzione e dei consumi<sup>33</sup>. Innumerevoli sono i sociologi che si sono interrogati sul concetto di *massa*: il primo è stato K. Marx il quale intendeva con questo termine indicare l'aggregato disorganizzato dei proletari ancora privi di coscienza di classe. Le Bon, Tarde e Ortega y Gasset definivano in termini marcatamente negativi la *società di massa*, ritenendola un aggregato di uomini disorganizzati ed irresponsabili mossi da carica eversiva<sup>34</sup>.

Diverso il significato nei primi del Novecento quando il termine *massa* stava ad indicare un aggregato di uomini disciplinati ed organizzati,

---

<sup>31</sup> Cfr. M. Bianchi, *L'Arte del viaggio, ragioni e poesia di un turismo sostenibile*, cit.

<sup>32</sup> Cfr. J. Rifkin, *La fine del lavoro*, cit. pp. 47-57

<sup>33</sup> Cfr. G. Rossi, *Storia e psico-sociologia del turismo*, cit.

<sup>34</sup> *ibi*, p.112

uniti dalla fede assoluta nell'ideologia e nella politica dei partiti totalitari. Il concetto cambia ancora dopo la seconda guerra mondiale quando prende piede l'accezione di *“insieme di consumatori con un livello di vita medio, capacità intellettuali limitate, interessi politici scarsi”*<sup>35</sup>.

L.Gallino nel Dizionario di Sociologia definisce *massa* *“una moltitudine di persone politicamente passive, in posizioni d'oggettiva dipendenza rispetto alle istituzioni portanti in una società - politiche, economiche, militari - e quindi fortemente influenzabili da esse, incapaci d'organizzarsi e quindi d'esprimere una propria volontà, che coincide con la grande maggioranza della popolazione in tutti quei paesi industriali avanzati, non solamente quelli capitalistici, ove si sarebbe ormai sviluppata una società di massa”*<sup>36</sup>.

Il concetto di massa è quindi mutato nella storia ed è in continua trasformazione: la sfumatura di carattere positivo o negativo assunta dal termine cambia a seconda di chi lo studia e dal momento socio-politico che vive, anche se in generale ha assunto significati fortemente negativi. Lo stesso iter evolutivo vale per *turismo di massa*: le prime riflessioni su questo fenomeno sono decisamente critiche: *“Fino a tutti gli anni sessanta - scrive Savelli - la considerazione degli intellettuali per il turismo si presentava assai omogenea e giungeva alle medesime conclusioni pur rifacendosi a paesi e contesti diversi e distanti. Le opere di Boorstin, di Morin, di Enzensberger, di Knebel, di Turner e Ash, riflettono un atteggiamento assai critico della cultura del tempo nei confronti dell'esperienza turistica e delle sue valenze culturali. Essi muovono da una considerazione del turismo come attività assai istituzionalizzata e codificata, fortemente integrata nel contesto socio-culturale dal quale nasce”*<sup>37</sup>.

---

<sup>35</sup> L. Gallino, *Dizionario di sociologia*, Tea, Torino 1993, p. 407 e ss.

<sup>36</sup> *Ibi*, pp. 406-407

<sup>37</sup> A. Savelli, *Sociologia del turismo*, cit. p. 205

Si riteneva quest'esperienza negativa soprattutto per la sua inautenticità, si criticava il fatto che il turista in viaggio non vedesse il mondo così com'era in quanto aveva accesso solo al mondo confezionato per lui dall'organizzazione turistica o dalle stesse comunità locali. Il termine turista si carica di valenza negativa, nasce la teoria del *sight seeing*, che letteralmente significa *vedere le cose da vedere*, al turista vengono proposte delle immagini, viene scelto per lui quello che vale la pena di vedere<sup>38</sup>.

Sono le stesse comunità locali d'accoglienza che riproducono sé stesse (la loro cultura, il folklore, la natura...) per soddisfare le esigenze del visitatore e, in questo modo, vanno a creare un'immagine che non è reale, ma una copia infedele creata apposta per rispondere alle aspettative degli ospiti.

Alla fine degli anni sessanta questa visione negativa del turismo viene in parte rivista da un'attenta analisi di Burgelin che riconosce, accanto al turista incolto, ignorante e conformista, un altro tipo ideale che non soccombe alla logica del *sight seeing*.

Burgelin ritiene che il problema del turismo non vada ricercato nel modo di fare un'esperienza turistica quanto piuttosto nella massificazione del fenomeno, la sua critica si rivolge all'impostazione della nuova società che permette alla massa d'accedere a privilegi tradizionalmente riservati alle élite. Sottolinea il carattere di soggettività delle scelte del singolo individuo, che possono consentire di cogliere il vero significato delle cose, sperimentando forme alternative di fare turismo, recuperando un rapporto autentico con l'oggetto attraverso *l'impregnazione*<sup>39</sup>.

Il concetto d'impregnazione, molto importante per lo svolgersi del nostro lavoro, è una relazione naturale, un processo di osmosi che permette di cogliere la vera essenza delle cose; si tratta di un processo che richiede del tempo, tutto quello necessario per inserirsi nella dimensione temporale degli altri, delle altre culture, degli altri popoli.

---

<sup>38</sup> Cfr. G. Ragone, *Turismo*, in *Enciclopedia sociologica*, cit.

<sup>39</sup> *Ibidem*

Un secondo termine utilizzato da Burgelin è il concetto di *scoperta*. Mentre con l'impregnazione noi ci interessiamo agli oggetti tradizionali, quelli che ci vengono proposti, con la scoperta abbiamo la possibilità di avere una relazione autentica, spontanea: “*l'oggetto della scoperta, in quanto tale, non è più una cosa da vedere predeterminata; inoltre, ben difficilmente esso appartiene ad un ordine estetico, ma si estende soprattutto alla sfera informativa e cognitiva*”<sup>40</sup>.

Infine il concetto di *turismo d'avventura*, un modo di viaggiare più libero che permette d'allontanarsi dalle mete tradizionali o alla moda, alla ricerca dell'avventura (come dice il termine stesso).

Questi tre paradigmi del fare turismo sono per Burgelin dei percorsi culturali che possono restituire senso al viaggiare.

Negli anni settanta molti sociologi s'interessarono e condivisero le riflessioni di Burgelin, ma considerarono separatamente soggetto e oggetto dell'esperienza turistica; analizzando sia i fattori che spingono al viaggio, sia le offerte che derivano dal mercato turistico. Sono due fattori che interagiscono e che hanno portato ad una consistente specializzazione e diversificazione del fare e dell'offrire turismo.

L'analisi che più si contrappone al *sight seeing* è quella di MacCannell il quale sostiene che si possono avere delle esperienze autentiche anche nelle forme di viaggio organizzato<sup>41</sup>.

Il turista è sempre alla ricerca dell'autenticità, ma per raggiungerla deve percorrere diversi stadi che vanno (secondo il linguaggio di Goffmann) dalla *scena* (la percezione dell'oggetto così come si presenta), al *retroscena* (il mondo naturale delle comunità ospitanti quando smettono di recitare)<sup>42</sup>. Sarà questo percorso a segnare le fasi della maturità turistica.

MacCannell ritiene che il turismo abbia anche una valenza pedagogica in quanto l'esperienza turistica permette l'incontro, seppur a vari livelli,

---

<sup>40</sup> A. Savelli, *Sociologia del turismo*, cit. pp. 212-213

<sup>41</sup> Cfr. G. Ragone, *Turismo*, in *Enciclopedia delle scienze sociali*, cit

<sup>42</sup> Cfr. E. Goffman, *La vita quotidiana come rappresentazione*, Il Mulino, Bologna 1968, passim

con l'autenticità e presuppone una lunga ricerca che include un profondo lavoro su se stessi.

La teoria di MacCannell ha procurato un acceso dibattito tra gli addetti al settore, ha completamente ribaltato quella che è stata la concezione diffusa tra gli anni cinquanta e sessanta.

Spettò a Cohen, alla fine degli anni sessanta, il compito di sistematizzare l'analisi sociologica del turismo, proponendo un modello di lettura che riconciliasse tutte le interpretazioni contraddittorie inserendole in un continuum di significati ed esperienze<sup>43</sup>.

#### 4. LIBERTÁ E CONDIZIONAMENTO

Abbiamo detto che l'esigenza di spostarsi è sempre stata presente nell'uomo: la necessità del movimento si nota già nel neonato che si lamenta solo quando è immobile, non quando si sente trasportato o cullato, così come nella vita sedentaria non è raro liberarsi da stress camminando<sup>44</sup>. Pensiamo anche alla Chiesa medioevale che, secondo B. Chatwin, istituì il pellegrinaggio a piedi come cura contro la depressione omicida<sup>45</sup>. Questi esempi ci fanno capire come il viaggiare, il muoversi, siano delle vere e proprie valvole di sfogo per l'uomo, un toccasana, una forma d'evasione e di fuga dalla vita di ogni giorno e dalla città, soprattutto oggi, che la vita di città è frenetica, troppo legata al ciclo economico e di contro troppo lontana dalle esigenze naturali dell'uomo. Per l'antropologo N. Graburn il turismo poggia sulla motivazione psicologica universale che è la ricerca di senso. Il viaggio è quindi l'esternizzazione di una ricerca soggettiva, di un percorso che porta alla separazione tra *ordinario* e *straordinario*. Nel turismo sono presenti dei

---

<sup>43</sup> Cfr. A. Savelli, *Sociologia del turismo*, cit. pp. 225 e ss.

<sup>44</sup> Cfr. R. Garrone, *Turismo responsabile, nuovi paradigmi per viaggiare in terzo mondo*, Associazione Ram, Milano 1996

<sup>45</sup> Cfr. B. Chatwin; *Invasioni nomadi* in *Che faccio io qui?*, Adelphi, Milano 1990, p.56

riti di separazione e di passaggio, il turista si muove da un luogo conosciuto per uno lontano, come sottolinea l'antropologo Arnold van Gennep, attraverso il turismo si mette in atto una rottura con la vita quotidiana, una sorte di morte simbolica<sup>46</sup>.

Il turista vive un continuo conflitto tra uguaglianza ed individualità derivante da dei fattori sociali che influenzano i comportamenti e le opinioni, rendendole conformi ai modelli dominanti. Si tratta di meccanismi che derubano l'individuo della propria identità mantenendo in lui la convinzione d'agire nella massima libertà e originalità<sup>47</sup>. L'uomo della società industriale è spinto a fare turismo dal bisogno di appartenenza, da tensioni emulative: il comportamento degli altri è fonte di informazioni. Il turista ha risentito molto di questa legge della psicologia sociale; è per questo che si conforma a fare quello che fanno gli altri, a volte a discapito dei propri gusti, semplicemente per continuare a restare in quel gruppo e goderne i benefici.

Il soggetto rimane comunque sempre libero di fare le sue scelte, almeno sul piano teorico dato che in realtà le pressioni occulte provenienti da mass-media, pubblicità, giornali, sono talmente numerose che non permettono al soggetto di fare una scelta ponderata. In questo modo anche l'individuo più accorto può finire col seguire incondizionatamente la moda, rinunciando di fatto alle scelte libere, accettando tutto quello che gli viene proposto da chi, spesso per scopi ed interessi diversi, tende a *creare dei bisogni* o addirittura dei *falsi bisogni* offrendo beni privi d'una effettiva necessità d'utilizzo ma carichi di valenza emotiva.

Un esempio può essere quello degli *status symbol* che s'impongono con una violenza psicologica tale da creare isolamento e disagio tra chi non li può esibire; questo perché in ogni società certe cose, certe funzioni, vengono considerate più importanti di altre, mentre solo un numero

---

<sup>46</sup> Cfr. M. Bianchi, *L'Arte del viaggio, ragioni e poesia di un turismo sostenibile*, cit.

<sup>47</sup> Cfr. G. Rossi; *Storia e psico-sociologia del turismo*, cit. p.113

limitato di persone arriva ad avere i requisiti necessari per appropriarsene<sup>48</sup>.

Un altro aspetto determinante per questo sviluppo è il rapporto tra turismo e salute. Per molti anni il concetto di *salute* è stato identificato con quello di *assenza di malattie*: un individuo era sano fino al momento in cui non aveva sintomi manifesti di malattia. Attualmente questo concetto è cambiato, ha assunto un significato molto più vasto che contempla anche il benessere psichico e la tranquillità derivante dall'integrazione del soggetto con l'ambiente fisico e sociale nel quale si trova a vivere o a lavorare<sup>49</sup>.

In questo senso il turismo è terapeutico perché cala l'individuo in una dimensione diversa, a contatto con la natura del mare o della montagna, disintossicandolo dallo stress della vita di città.

Analizzando più da vicino ciò che accade nella mente del viaggiatore, possiamo identificare tre momenti che portano al contrapporsi di sentimenti antitetici, propri della natura umana.

Il primo è la *partenza*, in genere alimentata dal bisogno di distacco, di libertà e fuga; poi il *transito* che risponde alla necessità di muoversi di cui parlavamo prima ed infine *l'arrivo* che dà risposta alla voglia d'appartenenza e può generare ancora altri sentimenti di partenza, libertà e fuga<sup>50</sup>.

Sotto questa luce il viaggiatore diventa un'entità complessa che ha mille esigenze da soddisfare e che cerca di rispondere alla necessità di soddisfare dei bisogni antagonisti come la *libertà* e il *senso d'appartenenza*.

Il turismo contemporaneo contempla mille sfumature, proposte, itinerari, risponde alle esigenze di tutti ma il turista medio è quello che tende ad

---

<sup>48</sup> Cfr. E. Aronson, - T. D. Wilson - R. M. Akert, *Psicologia sociale*, Il Mulino, Bologna 1999, pp. 265-289

<sup>49</sup> Cfr. G. Rossi, *Storia e psico-sociologia del turismo*, cit. p.117

<sup>50</sup> Cfr. E. J. Leed, *La mente del viaggiatore, dall'Odissea al turismo globale*, Il Mulino 1991

acquistare “*i pacchetti viaggio che ripropongono un modello simile a quello di casa, a lui familiari*”<sup>51</sup>.

Le agenzie che hanno creato questa forma del viaggiare, lo hanno fatto tenendo conto della condizione psichica del distacco. Un viaggio assomiglia in tutto e per tutto ad un abbandono (come il bambino che viene ‘abbandonato’ dalla madre all’asilo), inconsciamente il *viaggiare* è visto con la clausola del *non ritorno*.

Spetta all’industria turistica trasformare in *business* i processi psichici della clientela proponendo viaggi che riducono al minimo la sensazione di lontananza<sup>52</sup>.

## **5. IL TURISMO: FONTE D’INTERAZIONE E STRATIFICAZIONE SOCIALE**

Per *interazione sociale* s’intende la “*relazione tra due o più soggetti individuali o collettivi, di breve o lunga durata, nel corso della quale ciascun soggetto modifica reiteratamente il suo comportamento o la sua azione sociale in vista del comportamento o dell’azione dell’altro*”<sup>53</sup>.

L’andare in vacanza può essere l’occasione per fare nuove amicizie, per intrattenere relazioni con gente diversa, è un momento di socializzazione che va a rompere l’isolamento e l’individualismo della città. La pausa dal lavoro permette di dedicarsi più intensamente a tutte quelle attività che nell’ordinaria amministrazione del tempo non trovano spazio: “*Il turismo è un diritto e una conquista dell’uomo che lo sottrae alla servitù e alle preoccupazioni di un lavoro logorante e disumanizzato e all’ambiente talvolta spiritualmente malsano che lo condiziona e lo limita nella sua personalità. Accordandogli la possibilità di dialogo con*

---

<sup>51</sup> G. Rossi, *Storia e psico-sociologia del turismo*, cit. p. 42

<sup>52</sup> *Ibidem*

<sup>53</sup> Cfr. L. Gallino, *Dizionario di Sociologia*, cit. p. 381

*se stesso e con gli altri in un clima più disteso e naturale. Inoltre il turismo è un efficace fattore che permette ai popoli di diverse civiltà e di diversi livelli di sviluppo di avvicinare le loro mentalità purificandole dai pregiudizi che tanto spesso sono la causa di malintesi tra gli uomini, di condizionare le loro pretese di superiorità sugli altri. Perciò il turista che insieme è il testimone della cultura alla quale appartiene, riceve a sua volta dal popolo che visita la testimonianza di un'altra cultura che deve integrare alla propria per arricchirla*"<sup>54</sup>.

Il turismo è quindi visto un fattore di coesione che aiuta l'integrazione e favorisce la cooperazione tra culture diverse e accelera l'accoglienza del diverso<sup>55</sup>.

Ma il turismo può diventare anche un elemento che favorisce i processi di *stratificazione sociale*. La stratificazione sociale è "la disposizione oggettiva o la classificazione soggettiva, dall'alto in basso o viceversa, d'una popolazione di individui o collettività, (...) in fasce contigue e sovrapposte dette strati sociali, i quali si distinguono tra loro per il differente ammontare di ricchezza, di potere, di prestigio o di altra importante proprietà socialmente rilevante che ciascuno di essi possiede"<sup>56</sup>. Si è visto infatti, che le diverse classi sociali accedono a forme diverse di turismo caratterizzate da un unico elemento di distinzione: la capacità di spesa, dove il criterio di stratificazione è basato sull'ostentazione della ricchezza e sul consumismo.

Il primo ad interessarsi ai problemi del consumismo è Veblen: nel suo celebre saggio *Teoria della classe agiata* l'autore dice che la domanda di beni non è influenzata da effettivo bisogno quanto piuttosto da fattori di natura sociologica come il *prestigio sociale*<sup>57</sup>.

---

<sup>54</sup> Aa.Vv., *Atti del Congresso Mondiale sui valori spirituali del turismo* 22 aprile 1967, in M. Bianchi, *L'Arte del Viaggio, ragioni e poesia di un turismo sostenibile*, cit. p.13

<sup>55</sup> Cfr. G. Corna Pellegrini, *Turisti viaggiatori per una geografia del turismo sostenibile*, cit. pp. 76-77

<sup>56</sup> Cfr. L. Gallino, *Dizionario di Sociologia*, cit. p. 669

<sup>57</sup> Cfr. Veblen, *Teoria della classe agiata, studio economico sulle istituzioni*, Edizioni Comunità, Torino 1999

Questo sta ad indicare che i consumatori tendono ad acquistare beni non in base alla loro effettiva utilità, quanto piuttosto per il prestigio che possono conferire. La particolarità di questo nuovo modello di produttività è che non si limita a soddisfare i bisogni che esistono ma ne crea di nuovi: attraverso i *meccanismi di manipolazione* (pratiche d'ordine psicologico mirate ad influenzare il consumatore) propone nuovi prodotti per creare nuovi bisogni. La società dei consumi che da una parte ha condotto all'allargamento e alla diffusione del benessere, dall'altra ha prodotto un tipo di consumismo che si basa più sull'ostentazione che non sull'effettivo uso pratico dei beni.

Tutto questo ha portato anche il turismo ad essere usato come strumento di privilegio sociale, che non significa che è un'esperienza riservata a pochi, ma che l'élite si è riservata delle nicchie per distinguersi dalla massa<sup>58</sup>.

La contrapposizione di classe non si verifica solo al momento della scelta di fare *un turismo* piuttosto che *un altro*, ma si verifica anche nel rapporto tra turista e comunità ospitante dove quest'ultima si trova in una posizione subordinata, in una struttura che richiama molto il vecchio rapporto padrone-servitore. Il turista è il ricco (o il padrone) al quale vengono offerti dei servizi in cambio di denaro che servirà al locale per soddisfare i bisogni di prima necessità. Il surplus del 'padrone' andrà quindi a costituire la capacità economica del 'servitore'<sup>59</sup>.

---

<sup>58</sup> Cfr. R. Ragone, *Turismo in Enciclopedia delle scienze sociali*, cit.

<sup>59</sup> Cfr. G. Rossi, *Storia e psico-sociologia del turismo*, cit.

**PRIMA PARTE**  
**INQUADRAMENTO TEORICO**

## CAPITOLO PRIMO

# IL TURISMO E IL PROBLEMA DELLA SOSTENIBILITA'

“...l'uomo sia quello civilizzato che il selvaggio, è un figlio della natura. Non è il padrone della natura. Egli deve adattare le proprie azioni a certe leggi naturali se vuole mantenere il dominio sull'ambiente. Quando cerca di ingannare le leggi naturali, finisce di solito col distruggere l'ambiente naturale che lo sostiene. E quando l'ambiente si deteriora rapidamente, la sua civiltà cade in declino (...) Gli storici hanno raramente messo in risalto l'importanza dell'uso del suolo; sembrano non aver compreso che i destini della maggior parte degli imperi e delle civiltà umane furono determinati dal modo in cui venne usato il terreno...”<sup>60</sup>

Il turismo è un'industria che dà un enorme fatturato e, come tutte le iniziative economiche che non sono regolate da principi di *sostenibilità socio-economica* e che non s'interessano alla tutela del patrimonio ambientale, può contribuire a creare disequilibri tanto sul piano ecologico come su quello più strettamente antropologico.

Chiunque rifletta sui benefici che porta *l'andare in vacanza* direbbe che uno degli aspetti più piacevoli è l'incontro con l'altro, con il diverso, lo scoprire ambienti e culture nuove. In realtà questa caratteristica del viaggiare è andata persa e il turismo di oggi non è più un'opportunità di conoscenza e formazione, quanto piuttosto un redditizio *business* che

---

<sup>60</sup> T. Dale -V. G. Carter, *Topsoil and civilisation*, University of Oklahoma, Press, 1955, in Ernest F. Schumacher, *Piccolo è bello*, Mondadori, Cles 1980

vede interagire ricche imprese e sprovveduti vacanzieri, che più o meno volontariamente sfruttano un ambiente e la gente che lo abita.

Da qualche tempo si sta facendo strada l'idea che un approccio interessante ed efficace per affrontare questi problemi, sia racchiuso nei principi del *turismo responsabile*, un nuovo modo di viaggiare che, come dice il termine stesso, mira alla *responsabilizzazione* del turista perché consapevolmente si faccia carico dei risultati derivati dalle proprie azioni.

Per arrivare a questo concetto è necessario prima soffermarsi ad analizzare il *turismo sostenibile*, presupposto indispensabile per comprendere la filosofia della responsabilità.

In molta letteratura i due termini vengono confusi, spesso usati indistintamente come sinonimi; in realtà, secondo noi, si tratta di due approcci distinti per il raggiungimento dello stesso fine.

La sostenibilità, infatti, è un impegno che si deve assumere l'intera società: sono coloro che propongono il turismo che si devono impegnare a far sì che questa attività non vada a danneggiare l'ambiente, la gente e la cultura.

D'altro canto la responsabilità è, come dice il termine stesso, un dovere del singolo: è il turista che al momento della scelta della propria vacanza deve favorire le proposte che rispondono ai vincoli della sostenibilità. Possiamo dire, in sintesi, che uno è la *conditio sine qua non* per l'esistenza dell'altro<sup>61</sup>.

---

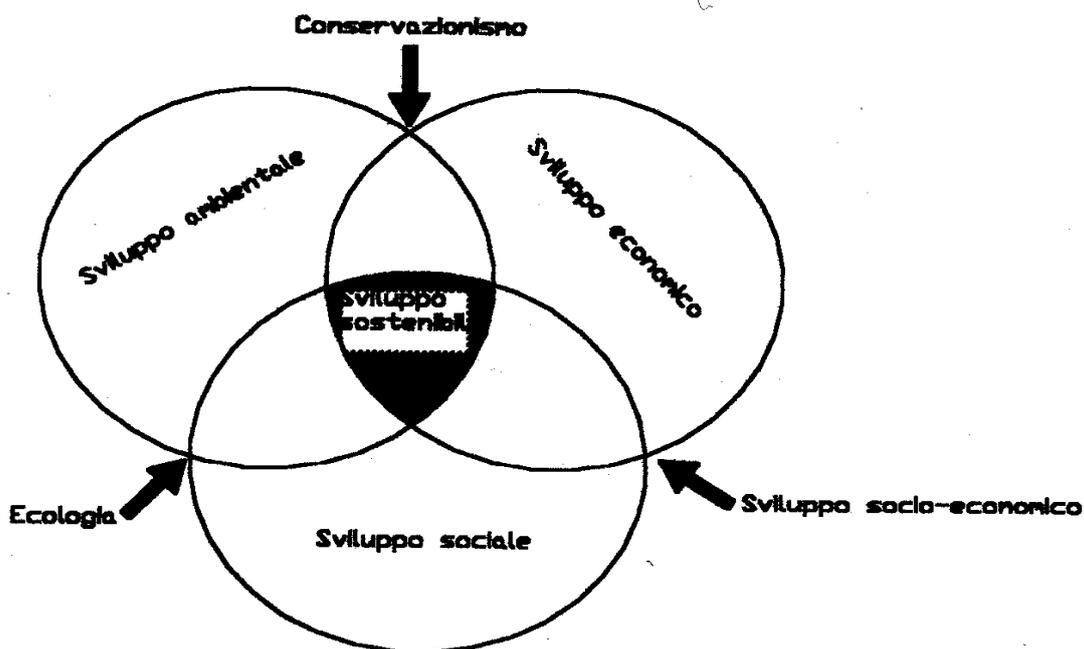
<sup>61</sup> Cfr. D. Canestrini, *Andare a quel paese, vademecum del turista responsabile*, Feltrinelli, Milano 2001, pp. 9-12

# 1. IL PROBLEMA DELLA SOSTENIBILITÀ NEL TURISMO

Attualmente si fa un gran uso del termine *turismo sostenibile*, col quale vengono battezzate iniziative e attività diverse, creando molta confusione e complicando ulteriormente un argomento già difficile.

Il WTO<sup>62</sup> definisce sostenibile quel turismo che difende le opportunità per il futuro con una gestione delle risorse economiche, sociali ed ambientali che non comprometta l'integrità culturale delle comunità accoglienti, la biodiversità e il generale sistema di vita<sup>63</sup>.

Questo concetto rientra nell'idea più generale di *sviluppo sostenibile*: uno sviluppo capace di soddisfare i bisogni attuali senza compromettere il soddisfacimento dei bisogni delle future generazioni.



<sup>62</sup> WTO - OMT: world tourism organization, organizzazione mondiale del turismo, si tratta del principale ente internazionale che si occupa di viaggi e turismo; è un organismo dell'ONU con sede a Madrid, è composta da 489 membri, tra stati, istituti di ricerca, università, operatori del settore turistico (cioè tour operators) e associazioni.

<sup>63</sup> Cfr. [www.world-tourism.org/sustainable/concepts](http://www.world-tourism.org/sustainable/concepts)

Quest'ultimo generalmente viene rappresentato attraverso l'intersezione di tre cerchi (economico, sociale ed ambientale) dove la sostenibilità è rappresentata dall'area comune: è lo strumento che riconcilia gli interessi diversi o conflittuali.

I singoli obiettivi (economici, sociali ed ecologici) non possano essere raggiunti contemporaneamente, perché massimizzando un obiettivo automaticamente si minimizzano gli altri.

Lo sviluppo sostenibile è il punto d'equilibrio tra queste tre dimensioni, che si fonda sull'interazione tra stati ambientali, culturali ed economici<sup>64</sup>.

Il concetto di *sviluppo sostenibile* compare nel 1987 presso la *Commissione mondiale per l'ambiente e lo sviluppo* delle Nazioni Unite in un rapporto chiamato: *Our Common Future* ma noto come *Rapporto Brundtland*. Per la prima volta, ci si interroga sullo stato dell'ambiente e sui limiti da porre allo sviluppo, ma senza mai contemplare la possibilità di stabilire dei vincoli alla crescita economica<sup>65</sup>. Successivamente al summit di Rio de Janeiro nel 1992, il *Vertice della terra*, ovvero la conferenza sull'ambiente e sullo sviluppo (Unced), si affrontano temi importanti come il degrado ambientale e l'inquinamento arrivando alla stesura di cinque documenti: l'agenda 21, la dichiarazione di Rio, la convenzione sulla biodiversità, la convenzione sui cambiamenti climatici e i principi sulle foreste<sup>66</sup>.

Seguendo un ordine cronologico, nel 1994 in Scozia il *Centre for Environmental Management and Planning* organizza un convegno intitolato: *Sustainable Tourism for the 21st Century* e, nel 1995 si tiene la prima *Conferenza mondiale del turismo sostenibile (World Conference on Sustainable Tourism – WCST-)* a Lanzarote. Da quest'ultimo incontro

---

<sup>64</sup> Aa.Vv., *Piano Provinciale per lo Sviluppo Sostenibile, Studio preliminare* a cura del dipartimento di Ingegneria Civile e Ambientale dell'Università di Trento. Si tratta d'una raccolta sistematica di conoscenze intorno allo sviluppo sostenibile che dovrebbe culminare nella redazione del *Progetto per lo Sviluppo Sostenibile del Trentino*, una sorta di *matrice di analisi*, un *manuale per la sostenibilità*.

<sup>65</sup> Cfr. G. Ragone, *Turismo responsabile: nuovi paradigmi per viaggiare in terzo mondo*, Associazione Ram, Milano 1996, p. 48

<sup>66</sup> Cfr. [www.ambienteitalia.it/agende21.html](http://www.ambienteitalia.it/agende21.html)

uscirà la *Carta di Lanzarote* quale tentativo d'adattare la strategia dello sviluppo sostenibile alla realtà turistica<sup>67</sup>.

Ricordiamo inoltre che nel 1994 il WTO ha pubblicato un libro *National and Regional Tourism Planning: Methodologies and Case Studies*, una guida per lo sviluppo del turismo sostenibile, dove sono stati fissati degli indicatori, al fine di migliorare le tecniche di monitoraggio sociale, economico e ambientale, con lo scopo di portarli ad essere usati come pratiche standard da tutti i paesi aderenti al WTO, entro il 2005<sup>68</sup>.

Per ora questi vincoli non sono ancora stati adottati e il testo più autorevole sul turismo sostenibile sembra rimanere la *Carta di Lanzarote*.

Crediamo che valga la pena di entrare un po' più nel merito dei contenuti di quest'ultimo documento, dato che costituisce un elemento essenziale per il nostro lavoro.

La carta di Lanzarote è il primo documento che guarda al turismo come fenomeno mondiale che può contribuire al raggiungimento di obiettivi socio-economici e culturali ma che nel contempo può provocare degrado ambientale e perdita di identità locali<sup>69</sup>. La Carta s'interroga sulle possibilità di “sviluppare un turismo che soddisfi le aspettative economiche e le esigenze ambientali, e che rispetti non solo la struttura fisica e sociale del paese, ma anche le istanze delle popolazioni locali”<sup>70</sup>.

I principi elencati nel suddetto documento nascono dalle indicazioni precedentemente stabilite dalla Dichiarazione di Rio su Ambiente e Sviluppo e dall'Agenda 21, dalla Dichiarazione Universale dei Diritti Umani, dalla Convenzione sulle Biodiversità, dalla Convenzione del Patrimonio Mondiale, dalla Convenzione di Ramsar, e da altre a livello

---

<sup>67</sup> Cfr. D. Canestrini, *Andare a quel paese: Vademecum del turista responsabile*, cit.

<sup>68</sup> Cfr. [www.word-tourism.org](http://www.word-tourism.org)

<sup>69</sup> Cfr. *Carta per il turismo sostenibile*, tr. it. a cura di L. Conca – L. Lanzanova, ICEI, Milano, disponibile sul sito internet [www.solidea.org](http://www.solidea.org)

<sup>70</sup> D. Canestrini, *Andare a quale paese, vademecum del turista responsabile*, cit. p. 34

regionale, oltre che dalle dichiarazioni in materia di turismo (la dichiarazione di Manila sul Turismo Mondiale, la Dichiarazione dell’Aja e la Carta del Turismo)<sup>71</sup>. La carta di Lanzarote si compone di 18 articoli che vengono qui presentati brevemente, riportandoli dalla traduzione in italiano della carta a cura di L.Conca e L. Lanzanova, disponibile in versione integrale sul sito [www.solidea.org](http://www.solidea.org).

1. Il primo definisce il criterio della sostenibilità: *“Lo sviluppo sostenibile è un processo guidato che prevede una gestione globale delle risorse per assicurarne la redditività, consentendo la salvaguardia del nostro capitale naturale e culturale. Il turismo come potente strumento di sviluppo, può e dovrebbe partecipare attivamente alla strategia di sviluppo sostenibile. La caratteristica di una corretta gestione del turismo è che sia garantita la sostenibilità delle risorse dalle quali esso dipende”*.
2. Sostenibilità del turismo significa anche che esso deve integrarsi con l’ambiente fisico, culturale e umano. *“Il turismo dovrebbe assicurare un’evoluzione accettabile delle risorse naturali, della biodiversità e rispettare la capacità di assorbimento dei residui prodotti”*.
3. Il turismo deve essere in grado di valutare i propri *“effetti sugli elementi, le attività e le dinamiche tradizionali di ogni comunità locale”*.
4. Il turismo può dare un contributo attivo allo sviluppo sostenibile solo se supportato da *“solidarietà, rispetto reciproco e partecipazione da parte di tutti gli attori coinvolti nel processo, e in particolare degli autoctoni dei paesi coinvolti. Solidarietà, rispetto reciproco e partecipazione devono basarsi su meccanismi efficienti di cooperazione a ogni livello: locale, nazionale, regionale e internazionale”*.

---

<sup>71</sup> <http://www.homoturistics.com>

5. Tutti i responsabili del settore devono aprirsi all'innovazione culturale e professionale, e devono inoltre creare piani di intervento integrati e strumenti adeguati per la gestione. “ (...) *Questo approccio deve assicurare che tutti i protagonisti abbiano gli strumenti per una cooperazione e gestione integrate, comprese le innovazioni tecnologiche*”.
6. “*La protezione della qualità della destinazione turistica e la capacità di soddisfare i turisti devono essere determinate dalle comunità locali in consultazione con gli enti coinvolti e le parti interessate (...)*”.
7. Il turismo per essere sostenibile dovrebbe essere “*completamente integrato*” con il sistema economico locale. Non dovrebbe quindi diventare un'attività sostitutiva delle altre, ma un settore complementare.
8. Il turismo deve servire a migliorare la qualità della vita e deve “*produrre effetti e interrelazioni positive per quanto riguarda l'identità socio-culturale*”.
9. “*Governi e autorità devono promuovere azioni per integrare la pianificazione del turismo con le organizzazioni non governative che si occupano dell'ambiente e con le comunità locali*”.
10. Riconosciuto l'obiettivo della coesione economica e sociale tra i popoli del mondo come principio ineluttabile per uno sviluppo sostenibile, “*è urgente che si sviluppino misure per permettere una più equa distribuzione dei benefici e dei danni prodotti dal turismo. Ciò implica un cambio dei modelli consumistici e l'introduzione di tariffe ecologicamente corrette. I governi e le organizzazioni multilaterali sono chiamate ad abbandonare la politica dei sussidi, che hanno effetti negativi sull'ambiente, e sono inoltre chiamati a studiare l'applicazione di strumenti economici internazionali in armonia tra loro per assicurare un uso sostenibile di tutte le risorse*”.

11. Particolare attenzione dovrà essere prestata agli spazi ambientalmente e culturalmente vulnerabili presenti e futuri che *“dovranno avere una priorità particolare nella cooperazione tecnica e negli aiuti finanziari per uno sviluppo del turismo sostenibile. Allo stesso modo un trattamento speciale dovrebbe essere riservato alle aree degradate da modelli turistici obsoleti e ad alto impatto ambientale (...)”*.
12. Si dovranno promuovere forme alternative di turismo che rispondano ai principi di sviluppo sostenibile.
13. *“I governi, le autorità e le ONG che si occuperanno attivamente di turismo e ambiente promuoveranno e parteciperanno alla creazione di reti aperte per l'informazione, la ricerca, la diffusione e il trasferimento di un turismo appropriato, di una conoscenza ambientale sul turismo e di tecnologie ambientalmente sostenibili”*.
14. Per rendere il turismo sostenibile una proposta concreta è necessario *“sostenere e promuovere con vigore studi di fattibilità, lavori in campo scientifico, l'avvio di progetti turistici sperimentali nell'ambito dello sviluppo sostenibile, lo sviluppo di programmi nel campo della cooperazione internazionale e l'introduzione di sistemi di gestione ambientale”*.
15. Spetterà ad *“autorità e associazioni responsabili dello sviluppo turistico e ONG ambientaliste (il compito di) tracciare le linee guida per uno sviluppo del turismo sostenibile e (avviare) programmi per l'implementazione di tali linee”*.
16. Più attenzione dovrà essere prestata al ruolo e agli effetti ambientali dei trasporti nel turismo. Inoltre dovranno essere individuati e sviluppati strumenti economici per ridurre l'uso di energie non rinnovabili.
17. *“Perché il turismo diventi sostenibile è fondamentale che i principali protagonisti del settore, soprattutto le imprese coinvolte, rispettino i codici di comportamento che indirizzano verso uno sviluppo sostenibile. Tali codici sono strumenti efficaci per lo sviluppo di attività turistiche responsabili”*.

18. È indispensabile attuare campagne di sensibilizzazione e informazione per tutte le parti coinvolte nell'industria del turismo, locali, nazionali o internazionali, sul contenuto e sugli obiettivi della Conferenza di Lanzarote e sull'attuazione delle misure contenute nel Piano di Azione.

La *Carta di Lanzarote* è composta di due parti: *gli articoli*, che abbiamo appena analizzato, e il *piano d'azione*.

Quest'ultimo, in appendice della dichiarazione, stabilisce le linee d'azione concrete per superare gli ostacoli e promuovere l'integrazione del turismo in una strategia di sviluppo sostenibile. Si legge: “*il turismo è oggi uno dei fenomeni mondiali sociali ed economici più dirompenti (...) contrassegnato da molteplici contraddizioni: l'ambiente, i paesaggi, così come le identità e le tradizioni culturali, hanno spesso pagato un tributo molto alto per lo sviluppo turistico, che ha offerto vantaggi esclusivamente economici*”. Per ovviare a questi inconvenienti, il piano d'azione prevede degli interventi pratici:

- integrare le politiche nazionali e le operazioni di sviluppo turistico con le problematiche legate all'ambiente e alle culture;
- favorire la ricerca in campo turistico per permettere la comprensione dell'evoluzione della domanda;
- avvantaggiare lo studio per l'identificazione di tecnologie appropriate;
- promuovere la cooperazione scientifica tra i diversi approcci;
- proporre campagne di sensibilizzazione ed educazione al turismo sostenibile;
- integrare il turismo nelle altre attività economiche.

Il tutto in un clima di collaborazione tra i soggetti coinvolti che prevede la creazione di ambiti permanenti per la concertazione e la partecipazione allargata<sup>72</sup>.

---

<sup>72</sup> Cfr. [www.solidea.org](http://www.solidea.org)

Riprendendo la nostra analisi cronologica, il 1995 è anche l'anno in cui l'OMT-WTO, l'Earth Council, il World Travel e il Tourism Council danno vita a *l'agenda 21 per l'industria del turismo*, un prontuario pratico per operatori.

Seguono: nel 1996 il convegno, tenuto a Tossa de Mar, organizzato dal Centro Unesco della Catalogna: *Strategie di futuro per un turismo sostenibile* e nel 2001 a Rimini con la *Conferenza internazionale sul turismo sostenibile*<sup>73</sup>.

Nei palazzi ONU pare esserci una certa sensibilità intorno a questi temi, anche se non tutti gli organismi interni sembrano essere d'accordo sui correttivi d'adozione per portare effettivi benefici all'intero pianeta<sup>74</sup>. Dal 1989 (con l'impegno dell'agenzia *United Nations Development Programme*, che nel 1992 dedica addirittura l'intera pubblicazione di *Industry and Environment* allo sviluppo del turismo sostenibile) ad oggi l'OMT dà avvio ad innumerevoli conferenze e pubblicazioni, che trovano degna sintesi nel codice promulgato nell'ottobre 1999 a Santiago del Cile: *Global Code of Ethics for Tourism* che si può leggere in inglese, spagnolo o francese visitando il sito dell'OMT<sup>75</sup>.

Il *codice etico mondiale del turismo* è una raccolta di dieci articoli voluti dai membri dell'OMT per cercare di minimizzare gli effetti negativi del turismo sull'ambiente e sul patrimonio culturale. Questo documento, che peraltro prevede la triplicazione del turismo internazionale entro il 2017<sup>76</sup>, è frutto d'un complesso processo di consultazioni iniziato durante la riunione dell'Assemblea generale dell'Omt, tenuta ad Istanbul nel 1997. Nei due anni seguenti fu costituito un comitato speciale per la preparazione del codice che nel 1999 fu approvato dalla Commissione delle Nazioni Unite per lo sviluppo

---

<sup>73</sup> Cfr. D. Canestrini, *Andare a quel paese, vademecum del turista responsabile*, cit. 62-79

<sup>74</sup> Cfr. R. Garrone, *Turismo responsabile: nuovi paradigmi per viaggiare in terzo mondo*, cit.

<sup>75</sup> [www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org)

<sup>76</sup> Cfr. [www.world-tourism.org/espanol/projects/etics/principles.html](http://www.world-tourism.org/espanol/projects/etics/principles.html), qui si trova il documento integrale in lingua spagnola.

sostenibile di New York, e dall'Assemblea generale OMT di Santiago de Chile.

Ideato come referenza etica per il comportamento di tutti gli attori del settore turistico, garantisce (almeno sul piano teorico) la protezione dell'ambiente e del patrimonio culturale oltre la distribuzione equilibrata dei benefici.

L'articolo 1 del codice definisce il turismo come un settore economico che può avvantaggiare la comprensione e il rispetto tra culture diverse e, aggiunge il secondo articolo, che deve farsi promotore della tutela dei diritti umani.

Il turismo deve diventare una realtà per tutta la popolazione del pianeta dato che è conseguenza diretta del riconosciuto diritto al riposo, all'ozio e alle ferie pagate (principio per altro ribadito dall'articolo 24 della *Dichiarazione Universale dei diritti dell'uomo*).

Nel codice vengono identificati i diritti ed i doveri dell'ospite che è tenuto ad evitare atti criminosi e ad informarsi circa le usanze e le leggi del paese che intende visitare, ma al quale devono essere garantite le libertà costituzionali: deve poter circolare sul territorio, professare la propria religione, accedere a tutti i servizi locali, ecc.

Le principali indicazioni del codice riguardano gli operatori e tutte le figure professionali che a vario titolo si occupano di turismo: tutti gli attori devono salvaguardare l'ambiente nella prospettiva di crescita economica sana e sostenibile, in modo da non compromettere l'utilizzo delle risorse per le generazioni future.

Devono inoltre favorire la destagionalizzazione, studiando offerte turistiche dilazionate nel tempo che evitino la pressione sul territorio e portino maggiori benefici economici. In ogni caso le attività proposte devono essere in piena sintonia con l'ecosistema, non devono compromettere il patrimonio naturale e le diversità biologiche riconosciute per altro come patrimonio turistico appartenente all'umanità.

L'articolo 6 pone l'attenzione sull'esigenza di fornire al turista, attraverso pubblicità, articoli informativi, ecc, un'immagine veritiera della realtà che andrà a visitare: egli dovrà essere informato circa le reali condizioni di vita dei locali, le problematiche sanitarie, civili,...

Una riflessione viene riservata anche al turismo come fattore economico, nel quale le multinazionali esercitano una forza propulsiva indiscussa che necessita di controllo per evitare che queste diventino dei canali per la trasmissione di modelli culturali e sociali destinati a sopraffare le realtà locali<sup>77</sup>.

L'articolo dieci, l'ultimo dell'elenco, identifica la metodologia d'applicazione del codice affidando ad agenti pubblici e privati il compito di vigilare sull'applicazione dei principi fondati sul diritto internazionale<sup>78</sup>.

Si tratta quindi di un documento che analizza il fenomeno turistico a 360°, sottolineandone l'importanza quale fattore di crescita personale e collettiva oltre che come opportunità d'avvio economico per i paesi meno sviluppati.

Il *Codice Etico mondiale* si presenta quindi come una sorta di sintesi delle proposte e degli accordi precedenti. Fatto curioso è che non viene mai menzionata la Carta di Lanzarote "*probabilmente troppo vincolante per i tour operator e per gli stati*"<sup>79</sup>.

Riassumendo potremmo dire che l'OMT ha riconosciuto nei tre vincoli della sostenibilità: *environment* (ambiente), *ethics* (etica) e *economy* (economia), le regole anche per il turismo sostenibile.

---

<sup>77</sup> ibi

<sup>78</sup> ibi

<sup>79</sup> D. Canestrini, *Andare a quel paese, vademecum del turista responsabile*, cit. p. 65

A tal proposito, una significativa sintesi degli aspetti da considerare quando si parla di sostenibilità, si trova nell'atto d'indirizzo sullo sviluppo sostenibile della Provincia Autonoma di Trento<sup>80</sup>.

<b>PRINCIPI</b>	<b>ASPETTI DA CONSIDERARE</b>
STRETTA INTERAZIONE TRA SVILUPPO ECONOMICO, SOCIALE ED AMBIENTALE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Attenzione ai processi e alle relazioni</li> <li>• Valutazione del rapporto tra sottosistema e sistema</li> <li>• Gestione multifunzionale del territorio e delle risorse</li> <li>• Pianificazione integrata, multiscalare e multiattoriale</li> </ul>
LOGICA DEL LUNGO PERIODO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tempi storici, tempi biologici, tempi geologici</li> <li>• Valutazione degli impatti diacronici</li> <li>• Tempi delle strutture fisiche, tempi delle organizzazioni, tempi del contesto sociale</li> </ul>
EQUITA', ESTESA ALLA PROSPETTIVA INTERGENERAZIONALE, GIUSTIZIA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formazione ed informazione</li> <li>• Partecipazione alle decisioni e autogestione</li> <li>• Gestione dei conflitti</li> <li>• Aspetti distributivi delle politiche attuate</li> </ul>
EFFICIENZA NELL'USO DELLE RISORSE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Introduzione di parametri di efficienza</li> <li>• Certificazione e sistemi di gestione ambientale</li> <li>• Rapporto equilibrato tra infrastrutture e infostrutture</li> <li>• Principio di sufficienza</li> </ul>
SOSTENIBILITA' ECOLOGICA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Biodiversità</li> <li>• Rinnovabilità</li> <li>• Resilienza</li> <li>• Capacità di carico</li> </ul>

**Figura 1: principi e aspetti della sostenibilità, tratto dall'Atto d'indirizzo della Provincia Autonoma di Trento sullo sviluppo sostenibile.**

<sup>80</sup> Cfr. Aa.Vv., *Atto d'indirizzo sullo sviluppo sostenibile*, a cura della P.A.T., disponibile in versione integrale sul sito [www.provincia.tn.it](http://www.provincia.tn.it)

## 2. TURISMO, AMBIENTE, ETICA ED ECONOMIA

Abbiamo visto che i tre aspetti da considerare per parlare di sostenibilità sono: *ambiente, etica ed economia*.

La *carta di Lanzarote* afferma che il turismo dovrebbe assicurare un'evoluzione accettabile per quanto riguarda l'influenza delle attività sulle risorse naturali, sulla biodiversità e sulla capacità di assorbimento dell'impatto e dei residui prodotti<sup>81</sup>. La problematica insita nel rapporto tra l'uomo e la natura è dovuta alla difficoltà di controllare gli effetti che le attività umane provocano sull'ambiente, difficoltà che trova le sue radici nell'organizzazione stessa della nostra odierna esistenza, che non implica un contatto diretto con la terra.

Passando dalla società agricola a quella urbana, l'uomo si è slegato dalla *terra* che non è più fonte di sostentamento e cura, ma risorsa da sfruttare nell'immediato senza tenere conto del suo effettivo valore e della necessità della sua riproducibilità<sup>82</sup>.

Generalmente la situazione d'equilibrio<sup>83</sup> fra sistema ambientale e produttivo si dice raggiunta quando l'ambiente naturale continua ad essere in grado di assorbire e riciclare i rifiuti, mantenendo inalterata la capacità di rigenerarsi (cioè quando viene rispettata la sua capacità di carico).

L'aspetto etico è la questione più controversa. Per etica non s'intende un insieme generale di regole di condotta, quanto piuttosto l'attenzione che si intende rivolgere all'elemento umano, alla rete di relazioni sociali. Questo termine potrebbe essere sostituito con il binomio: solidarietà-reciprocità, dove accanto al rispetto della *natura* troviamo anche il rispetto della *cultura*, in un rapporto di reciproco scambio tra visitatore e visitato.

---

<sup>81</sup> Cfr. D. Canestrini, *Andare a quel paese, vademecum del turista responsabile*, cit. p. 126

<sup>82</sup> Cfr. M. Angelini, L. Campostrini, *Politiche del territorio e sviluppo sostenibile: il caso del parco Baldo-Garda attraverso il patto territoriale*, Editrice la Grafica, Mori 2000

<sup>83</sup> Equilibrio inteso come entità dinamica, una continua oscillazione intorno ad un centro.

Infine il piano economico: il turismo è un'importante fonte di reddito, e anche in questo va salvaguardato. Bisogna però distinguere la ricchezza prodotta in modo sostenibile, da quella prodotta senza vincoli di sostenibilità: la prima cerca di favorire le popolazioni locali portando ad un effettivo miglioramento delle condizioni di vita; la seconda è generata dalle speculazioni di grandi aziende, spesso slegate dal territorio, il cui unico scopo è quello di far fruttare i propri investimenti senza preoccuparsi di portare alcun beneficio alle comunità ospitanti. La bontà d'un sistema economico sta nel saper conciliare l'utile individuale con quello dell'intera società<sup>84</sup>. Il turismo deve quindi “*essere completamente integrato con lo sviluppo economico locale e contribuire positivamente allo stesso*”<sup>85</sup>.

Riuscire ad equilibrare questi tre fattori è la sfida del turismo sostenibile che non implica una condizione statica, quindi la mera conservazione dell'esistente, quanto un'entità dinamica che stimola il cambiamento e lo sviluppo di relazioni costruttive fra società locale e ambiente.

Si tratta quindi di un concetto complesso che mira non solo a non danneggiare le bellezze del mondo, ma che si fa attivo nella loro salvaguardia nel rispetto del patrimonio culturale.

### **3. TURISMO E TERRITORIO**

Abbiamo visto che i problemi della sostenibilità mettono in primo piano la valorizzazione del patrimonio territoriale<sup>86</sup> quale strumento indispensabile per una produzione di ricchezza durevole nel tempo.

---

<sup>84</sup> Cfr. M. Angelini, L. Campostrini, *Politiche del territorio e sviluppo sostenibile, il caso del parco Baldo-Garda*, Editrice la Grafica, Mori 2000

<sup>85</sup> [www.solidea.org](http://www.solidea.org)

<sup>86</sup> In questo caso territorio s'intende il risultato d'un processo relazionale tra ambiente fisico, ambiente costruito e ambiente antropico.

Molto spesso nella nostra storia il territorio è stato sacrificato in nome della crescita economica. Solo con l'avvento dei processi innescati dalla riflessione sulla *sostenibilità* è diventato un soggetto con dei diritti, dove la sostenibilità non è altro che un processo per il rispetto delle sue leggi autoriproduttive<sup>87</sup>.

Fino a qualche decennio fa si pensava che il turismo non potesse danneggiare la qualità del territorio, invece oggi alla luce dei fatti, e a causa della sorprendente crescita del fenomeno, possiamo affermare che anche il turismo può compromettere la natura e l'uomo, soprattutto attraverso l'inquinamento che produce. Per inquinamento s'intende una compromissione degli equilibri ambientali dovuta all'immissione di agenti modificanti estranei. In questo senso il turismo è senza alcun dubbio il più penetrante e sistematico fattore inquinante di cui siamo a conoscenza, in quanto aggrede il territorio in ogni sua componente: fisica, sociale e culturale<sup>88</sup>.

Ma come stabilire a priori se un intervento è dannoso, o se invece porta dei benefici alla comunità locale? Questo problema dovrebbe essere risolto dagli studi di impatto<sup>89</sup>, che dovrebbero individuare in modo preventivo, partecipativo e trasparente, le conseguenze ambientali e l'accettabilità sociale della realizzazione di una nuova opera.

Queste valutazioni sono espressioni d'una società che non intende rinunciare a svilupparsi ma che per fare questo non vuole sacrificare il proprio ambiente. La valutazione d'impatto turistico, che in buona parte deriva dalla Valutazione d'Impatto Ambientale, è un argomento sul quale si è più dibattuto che concretamente operato, anche perché il settore in gran parte si regge su interessi di parti economiche che sono poco interessate alla salvaguardia della natura e della vita tradizionale.

---

<sup>87</sup> Cfr. A. Magaghi (a cura di), *Il territorio degli abitanti, Società locali e autosostenibilità*, Dunod, Copyr, 1998

<sup>88</sup> Cfr. M. Bianchi, *L'arte del viaggio, reazioni e poesia di un turismo sostenibile*, cit. p. 34

<sup>89</sup> In questo senso si tratta soprattutto della Valutazione di Impatto Ambientale e la Valutazione Ambientale Strategica.

L'unica cosa certa è che l'uso squilibrato delle risorse è destinato ad indurre un rapido deterioramento con la conseguente compromissione delle principali specificità del territorio, specificità peraltro indispensabili alla stessa sopravvivenza turistica<sup>90</sup>.

#### **4. GLI INDICATORI E LA VALUTAZIONE DELLA SOSTENIBILITÀ**

Gli indicatori sono dei “*concetti semplici, specifici, traducibili in termini operativi, legati ai concetti generali da quello che viene definito ‘rapporto d’indicazione’ o ‘rappresentanza semantica’ (cioè di significato)*”<sup>91</sup>.

Essi sono in grado di riassumere e semplificare informazioni, rendendo osservabili eventi che sarebbero altrimenti intelleggibili, essi devono essere:

- Comprensibili a tutti e condivisi da tutti (dalla comunità scientifica ma anche dagli attori coinvolti);
- Scientificamente fondati, devono essere opportunamente argomentati;
- Misurabili o osservabili.

Gli indicatori della sostenibilità servono per *tradurre* il processo che dovrebbe condurre allo sviluppo sostenibile, permettendo anche d'intervenire per rendere questo processo efficace. Essi però, proprio perché sono specifici, colgono solo un aspetto del concetto generale, per questo, se vogliamo *conoscere* la complessità di quello che stiamo osservando dobbiamo ricorrere all'individuazione di più indicatori.

Il complesso processo che porta all'individuazione degli indicatori prevede l'interazione tra conoscenza scientifica e valori della società

---

<sup>90</sup> Cfr. C. Cici - P. Schmidt di Friedberg, *Turismo sostenibile: dalla teoria alla pratica*, in *L'arte del viaggio, ragioni e poesia d'un turismo sostenibile*, di M. Bianchi, cit. p. 88

<sup>91</sup> K. D. Bailey, *Metodi della ricerca sociale*, Il Mulino, Bologna 1985, pp.279- 309

locale. Schematizzando possiamo dire che la rilevazione empirica di un concetto non direttamente osservabile (come appunto i concetti di sviluppo e turismo sostenibile) passa attraverso quattro fasi:

1. La pura RIFLESSIONE TEORICA, ci si interroga sui diversi aspetti e significati del concetto articolandolo in *dimensioni*.
2. Individuazione degli INDICATORI per ogni dimensione, in questo momento gli indicatori sono ancora dei concetti ma si comincia a porre il problema della rilevazione empirica.
3. OPERATIVIZZAZIONE DEGLI INDICATORI, gli indicatori vengono trasformati in *variabili*<sup>92</sup>, vengono cioè identificate teorie che appartengono al *mondo dell'esperienza dei sensi*, che sono quindi oggettivamente osservabili.
4. COSTRUZIONE DEGLI INDICI, interviene solo nel caso di concetti complessi che richiedono più indicatori e quindi più variabili. L'indice è semplicemente la sintesi di tutte le variabili prodotte<sup>93</sup>.

La selezione degli indicatori si basa quindi principalmente sull'identificazione teorica del quadro di riferimento, e sul momento partecipativo che deve coinvolgere in una discussione permanente i rappresentanti delle associazioni di categoria, associazioni culturali, sociali, ambientaliste, e tutti gli attori che a vario titolo si sono interessati all'attività decisionale.

Si tratta di un'interazione fra conoscenza scientifica e valori della società locale che deve fare riferimento ad alcuni principi:

---

<sup>92</sup> “una variabile è la ‘proprietà operativizzata’ d’un concetto, il quale per poter essere operativizzato ha dovuto essere applicato ad un ‘oggetto’ diventandone proprietà. Fra concetto, proprietà e variabile c’è la stessa differenza che esiste fra peso (concetto), peso d’un oggetto (proprietà) e peso dell’oggetto misurato attraverso una bilancia (variabile). Non c’è corrispondenza biunivoca fra ‘concetto’ e ‘variabile’ in quanto un concetto può essere operativizzato in modi diversi”, in P. Corbetta, *Metodologia e tecnica della ricerca sociale*, cit. pp. 97-98

<sup>93</sup> Cfr. P. Corbetta, *Metodologia della ricerca sociale*, cit. pp. 114-121

- Il principio PRECAUZIONALE, si tratta di prevedere i danni che possono essere procurati agli ecosistemi e alle persone, si applica quando non ci sono certezze scientifiche certe circa le conseguenze delle diverse azioni.
- Il principio della SUFFICIENZA, che gravita attorno al principio della sobrietà: è necessario ottimizzare l'utilizzo delle risorse per la produzione dei beni necessari.
- CHI INQUINA PAGA, volto alla costruzione delle responsabilità.
- Le RISORSE RINNOVABILI, non devono essere sfruttate oltre il loro limite di rigenerazione.
- Le RISORSE NON RINNOVABILI, non possono essere adoperate in maniera superiore alla possibilità d'essere sostituite con altre risorse rinnovabili.
- I RESIDUI NON UTILI, i rifiuti, ciò che non è più utile per le attività umane non deve essere prodotti con un ritmo superiore a quello che l'ambiente adopera per neutralizzarli o riciclarli<sup>94</sup>.

## **5. COME FARE *TURISMO SOSTENIBILE*?**

Quali possono essere gli strumenti, le scelte politiche e sociali che permettono di sviluppare un turismo che sia rispettoso dei principi della sostenibilità?

Innanzitutto abbandonare la logica della quantità per abbracciare quella della qualità oltre che studiare dei piani d'investimento e di marketing ambientalmente corretti per l'ottimizzazione degli interventi nel lungo e lunghissimo periodo.

Un'interessante riflessione in proposito viene dalla Provincia Autonoma di Trento che suggerisce di tenere sotto controllo i seguenti fattori:

---

<sup>94</sup> Aa.Vv., *Atto d'indirizzo sullo sviluppo sostenibile della Provincia Autonoma di Trento*, disponibile in versione integrale sul sito internet: [www.provincia.tn.it](http://www.provincia.tn.it)

## 5.1. LE COMUNITÀ LOCALI

*“Lo sviluppo sostenibile è un processo volontario, che necessita cioè della scelta e della partecipazione sia individuale che collettiva. Il suo esito risiede nell’efficacia di una azione insieme politica e sociale, in cui i diversi soggetti o attori non solo dispongono di una migliore informazione del territorio, ma influiscono sulle scelte relative al contesto in cui vivono”*<sup>95</sup>.

L’impegno per la sostenibilità richiede innanzitutto un mutamento culturale e un significativo coinvolgimento delle *comunità locali*<sup>96</sup>. Poiché il turismo incide in modo marcato sulla vita degli abitanti, in condizioni democratiche esso dovrebbe basarsi sul consenso. Si tratta del passaggio dal paradigma del controllo a quello della responsabilità. In quest’ultimo i cittadini si fanno partecipi nelle operazioni decisionali: la consapevolezza della personale responsabilità è il fondamento d’ogni scelta all’insegna della sostenibilità. Pertanto gli abitanti devono essere coinvolti nelle decisioni che li riguardano attraverso un modello partecipativo<sup>97</sup>.

La partecipazione di tutti gli attori coinvolti è indispensabile perché le scelte di sviluppo possano mettere in discussione comportamenti radicati nella cultura che sono modificabili solo con l’impegno e la convinzione dei soggetti interessati<sup>98</sup>.

*“Ogni autorità locale dovrebbe dialogare con i cittadini, le organizzazioni locali e le imprese private ed adottare una propria Agenda 21 locale. Attraverso la consultazione e la costruzione del consenso, le autorità locali dovrebbero apprendere ed acquisire dalla*

---

<sup>95</sup> ibi

<sup>96</sup> Per comunità locali si intendono sia i comuni che sono più facilitati nella partecipazione diretta degli attori locali, sia le regioni, sistemi territoriali dotati di autogoverno, che possono rappresentare la via più semplificata per il raggiungimento dello sviluppo sostenibile e conseguentemente del turismo.

<sup>97</sup> Provincia Autonoma di Trento, *Atto d’indirizzo sullo sviluppo sostenibile*, cit

<sup>98</sup> ibi

*comunità locale e dal settore industriale, le informazioni necessarie per formulare le migliori strategie”<sup>99</sup>.*

La partecipazione non è quindi la ricerca di consenso per delle decisioni che in realtà sono già state prese, quanto un meccanismo attraverso cui la comunità può esprimersi favorendo l’adozione di forme di sviluppo condivise.

## **5.2. IL RAPPORTO 1:1 E IL PROBLEMA DELLE SECONDE CASE**

Un altro elemento importante è quello che mette in relazione le presenze turistiche nel massimo giorno d’afflusso con la popolazione residente<sup>100</sup>. È evidente infatti che la diffusione delle strutture ricettive non deve avvenire a casaccio, ma deve tenere conto della numerosità della popolazione locale e delle strutture preesistenti. Il rapporto corretto, stando a quanto elaborato nell’Atto d’indirizzo della Provincia, è dato dal rapporto 1:1; un posto letto disponibile per turista ogni cittadino residente. Una limitazione particolarmente valida per frenare l’edilizia finalizzata alla vendita ai turisti, quindi al fenomeno delle seconde case e degli alloggi privati<sup>101</sup>.

Si tratta comunque d’un parametro più o meno significativo, a seconda del contesto d’analizzare, non è detto infatti che questo rapporto rappresenti comunque la sostenibilità, in taluni casi anche l’1:1 può risultare insostenibile.

---

<sup>99</sup> [www.ambienteitalia.it/agenda21](http://www.ambienteitalia.it/agenda21) L’Agenda 21 Locale è il processo di partnership attraverso il quale gli Enti Locali (Comuni, Province, Regioni) operano in collaborazione con tutti i settori della comunità locale per definire piani di azione per perseguire la sostenibilità a livello locale.

<sup>100</sup> Cfr. Aa.Vv., *Atto d’indirizzo sul turismo in Trentino* a cura di P.A.T., disponibile in versione integrale 2001 sul sito [www.povincia.tn.it](http://www.povincia.tn.it)

<sup>101</sup> ibi p. 46

A questo proposito può essere importante calcolare la *capacità di carico*<sup>102</sup>, che stabilisca qual è la *quantità di turismo* che un dato territorio è in grado di *sopportare*.

Rilevante ai fini della sostenibilità è anche il fenomeno delle seconde case. I pesanti costi dell'immobiliare infatti permettono alle grandi aziende di costruire edifici a basso costo (con uso di materiali scadenti, portando alla massima standardizzazione, concentrando piccoli appartamenti in poco spazio, non facendo alcuna attenzione alla cultura dell'edilizia locale,...) a discapito dei residenti che molto spesso non hanno la possibilità di costruirsi una casa nel proprio paese.

Questo problema dovrebbe essere affrontato dalle amministrazioni locali, in particolare dai comuni che, attraverso la pianificazione urbanistica e i regolamenti in materia, dovrebbero limitare lo sperpero di terreni edificabili per la costruzione d'edifici destinati a rimanere inutilizzati per buona parte dell'anno.

### **5.3. LIMITAZIONE DELLA MOBILITA'**

In molte località turistiche nel periodo di maggior flusso, il traffico è comparabile con quello cittadino, per questo bisognerebbe stabilire quali sono i limiti di transito che una comunità può sopportare. Millantare un turismo senza auto è praticamente impossibile, quello che però possiamo fare è cercare di limitarne la portata attraverso azioni di marketing mirate alla creazione d'un turismo strategico e settoriale che consenta di dilazionare i transiti nel tempo e nello spazio, oltre ad avvantaggiare l'utilizzo di mezzi di trasporto pubblico.

Ci sono tre tipi di traffico indotti dal turismo:

- quello interno alle località di villeggiatura;

---

<sup>102</sup> la capacità di carico misura la quantità d'inquinamento e di rifiuti che il pianeta è in grado di sopportare. Oltre una certa tolleranza la concentrazione di persone non solo mette in seria discussione l'assetto ecologico, ma in certi casi può compromettere la sopravvivenza degli stessi abitanti.

- quello dovuto agli spostamenti verso i centri turistici;
- il traffico di transito.

Appare evidente che il problema sarebbe facilmente risolvibile con il potenziamento dei trasporti pubblici.

Risolto questo, rimane l'interrogativo dell'escursionismo estivo che è il primo responsabile della congestione del traffico nelle giornate di punta e nei fine settimana. Non possiamo impedire ai vacanzieri di andare a respirare l'aria buona della montagna o di andare a passare qualche ora al mare, ma possiamo aiutarli a scegliere delle mete alternative a quelle tradizionali, puntando quindi sul decentramento e il rilancio delle stazioni minori.

#### **5.4. OFFRIRE PRODOTTI COMPETITIVI E DI QUALITÀ E FAVORIRE LA COLLABORAZIONE SCIENTIFICA**

È necessario studiare un piano di sviluppo turistico che metta da parte l'idea che il guadagno è legato alla quantità di turismo offerta.

Svincolare l'annoso problema della quantità (più turisti equivale a più soldi) significa anche liberarsi dall'imperativo della velocità: l'uso esasperato della tecnologia, soprattutto per quanto riguarda gli spostamenti in loco, porta ad un abissale abbassamento della qualità.

Ogni operatore dovrebbe partecipare alla creazione d'un *prodotto turistico* efficiente, che sappia utilizzare le risorse di cui dispone per offrirle ad una clientela selezionata.

Un ruolo fondamentale per quanto riguarda lo studio della sostenibilità è dato alla comunità scientifica che deve prendere attivamente parte ai processi decisionali, non solo incentivando una stretta collaborazione tra diverse discipline, ma soprattutto favorendo l'incontro costruttivo tra il sapere tecnico e i valori della comunità locali.

## 6. AGLI OPERATORI TURISTICI INTERESSA IL TURISMO SOSTENIBILE?

È chiaramente evidente la dicotomia che esiste tra i due termini *sviluppo* e *sostenibilità*.

Il termine *sviluppo* è carico di valenza economica, le cui leggi derivano dall'antagonismo tra le imprese, dalle imposizioni dettate dal commercio internazionale, dalla perenne competizione tra gruppi in conflitto per l'accumulo di ricchezza.

*Sostenibilità* indica invece l'idea di qualcosa che dura nel tempo, perché ci sia questa durata nel tempo ci devono essere dei limiti che stabiliscono le soglie massime ammissibili di degrado e inquinamento dell'ambiente, di sfruttamento e consumo di risorse.

Conciliare questi due termini proponendo dei meccanismi economici coerenti e rispettosi di tutti i principi è difficile, soprattutto sapendo che il fine ultimo di qualsiasi agenzia o tour operator è quello di investire denaro in attività che lo facciano fruttare il più possibile.

Normalmente l'input iniziale di qualsiasi investimento è dettato esclusivamente dalle possibilità di guadagno e l'idea di cosa, dove, quanto e quando produrre vengono decisi solo in base ai singoli interessi individuali. Questo spiega perché nonostante l'aumento dell'impegno di buona parte della società civile intorno a questi temi, continuano ad esistere piani d'investimento (basta vedere la sponda sud del Mediterraneo)<sup>103</sup>, che mirano alla massificazione e alla concentrazione di strutture in aree destinate a servire le sole località turistiche.

Se consideriamo che il mercato gravita attorno alle esigenze (reali o meno) dei consumatori, dobbiamo anche ammettere che "*il consumo può essere un'arma formidabile per costringere le imprese a comportamenti migliori*"<sup>104</sup>, è in questo che si misura la forza dell'opinione pubblica che

---

<sup>103</sup> Cfr. D Canestrini, *Andare a quel paese, vademecum del turista responsabile*, cit.

<sup>104</sup> F. Gesualdi, *Manuale per un consumo responsabile*, Feltrinelli, Milano 1999, p.45

può trasformare le proprie scelte di consumo in strumento di controllo del mercato, arrivando a costringere le imprese ad operazioni eticamente corrette. Si tratta del concetto di responsabilità: solamente attraverso la scelta consapevole del singolo si può attaccare questo sistema eticamente scorretto.

In Italia ci sono 6.500 agenzie di viaggio che danno lavoro a 35.000 dipendenti e fatturano in media 20.000 miliardi di vecchie lire all'anno<sup>105</sup>. Alcune di loro hanno dato importanti contributi per lo sviluppo di un approccio etico al turismo. Citiamo solamente le più note:

- *Sestante*, nel 1998 ha pubblicato *Viaggiambiente*, dove sono stati analizzati i problemi delle comunità ospitanti e i comportamenti concreti dei turisti.

- *Alpitour*, ha commissionato uno studio ad ACTA (Associazione, cultura, turismo e ambiente) per la stesura di un testo che indicasse i comportamenti da tenere in vacanza per il rispetto dell'ambiente.

- *International Hotel Association*, ha elaborato un elenco di principi e di pratiche ecologiche per il risparmio energetico e la differenziazione dei rifiuti.

- *Lufthansa*, compagnia di volo tedesca, si è fatta portavoce di alcuni principi del turismo sostenibile-responsabile proponendo ai propri clienti in viaggio una serie di documenti a testimonianza delle conseguenze prodotte da alcuni comportamenti scorretti nei paesi di destinazione.

Il problema a questo punto è quello di riuscire a distinguere tra chi parla di sostenibilità solo per nascondere con una pennellata di verde i suoi interessi economici privati, e chi invece si fa carico di questi principi e di tutto il loro peso, morale e sociale; arrivando se necessario anche a rinunciare ai propri specifici interessi.

---

<sup>105</sup> Aa. Vv., *Linee guida di promozione turistica* a cura di APT del Trentino, Palma & associati, ottobre 2001

Ma quello del controllo delle imprese non è l'unico problema, e non è nemmeno il più importante; pensiamo ad esempio alla necessità di porre dei *limiti allo sviluppo*. Il concetto di *limiti* è intrinseco in quello di *sviluppo sostenibile*, ma trovare un modo per equilibrare quantità e qualità del turismo evitando di far diventare il turismo sostenibile una forma di turismo d'élite, non è cosa facile.

La proposta più ragionevole sarebbe quella di portare il turismo a diversificazione, sfruttando la curiosità dell'uomo in perenne ricerca di nuove mete e nuovi modi di viaggiare. In questo modo forse si eviterà l'impoverimento di singole aree, il sovraffollamento, l'accanimento edilizio e l'uso irrazionale del territorio.

## 7. GLI STRUMENTI DELLA SOSTENIBILITÀ

I principali strumenti e le principali politiche che si occupano di avviare processi locali di sostenibilità e di valutarne gli esiti, sono:

- I PATTI TERRITORIALI, questi strumenti sono nati per promuovere la pianificazione decentrata e lo sviluppo locale ecosostenibile. Sono nati per garantire un equilibrio dei tre fattori della sostenibilità: sociale, ambientale ed economico. Danno molta importanza alla partecipazione di tutti i soggetti interessati, che spesso ricadono ai margini del processo decisionale. Generalmente i patti prevedono anche una valutazione *ex-ante*<sup>106</sup>, indispensabile per cercare di prevedere i risultati d'ogni scelta<sup>107</sup>.

---

<sup>106</sup> È l'esame critico del rapporto mediante il quale si identificano gli obiettivi, che seleziona e classifica le varie soluzioni dal punto di vista della pertinenza e della fattibilità tecnica, finanziaria e istituzionale della profittabilità economica. (Tratto da OECD, *Methodes and Procedures in Aid Evaluation*, Parigi 1986)

<sup>107</sup> Cfr. A. Bianco – P. Condorelli, *Guida ai patti territoriali – Disciplina esperienze, prospettive*, Maggioli editore, Rimini 1999.

- VALUTAZIONE DELL'EFFICACIA E DELL'EFFICIENZA DELLE POLITICHE , la programmazione di un intervento richiede un'attività di valutazione ex ante, ma anche di valutazioni *on going*<sup>108</sup> ed *ex post*<sup>109</sup>. L'efficienza si misura osservando il rapporto tra le risorse investite e i risultati raggiunti, mentre l'efficacia deriva dal rapporto tra obiettivi del programma e risultati raggiunti<sup>110</sup>.
- I SISTEMI DI GESTIONE AMBIENTALE E LA CERTIFICAZIONE AMBIENTALE, è un processo attraverso il quale molte imprese, ma anche organizzazioni pubbliche o esponenti del terzo settore, decidono di impegnarsi in comportamenti rispettosi dell'ambiente e di farsi certificare, da un ente competente, l'autenticità delle scelte adottate<sup>111</sup>.
- VALUTAZIONE E INTERNALIZZAZIONE DEI COSTI AMBIENTALI. Il V programma Quadro d'Azione Ambientale *Verso la sostenibilità* della Comunità Europea sottolinea l'importanza di salvaguardare il pianeta terra. In questo ambito sono state definite le strategie comunitarie per la sostenibilità: la partecipazione degli attori, la sussidiarietà e la condivisione delle responsabilità ai fini di un impegno su cinque settori (industria manifatturiera, settore energetico, trasporti, agricoltura e turismo)<sup>112</sup>.
- AGENDE 21 LOCALI, si tratta d'un processo che mira all'integrazione tra pianificazione economica e territoriale su scala comunale o sovracomunale che prevede, per il raggiungimento della sostenibilità, la definizione di strategie oculte delineate caso per

---

<sup>108</sup> Si tratta di una valutazione, il più possibile obiettiva, di un progetto o programma in corso

<sup>109</sup> Valutazione dei risultati finali

<sup>110</sup> Cfr. Aa. Vv., *Atto d'indirizzo sullo sviluppo sostenibile*, disponibile sul sito internet

[www.provincia.tn.it](http://www.provincia.tn.it)

<sup>111</sup> ibi

<sup>112</sup> ibi

caso. È impossibile infatti adottare politiche identiche in tutte le realtà locali. Ogni realtà è diversa per dimensione, cultura, risorse e deve quindi trovare da sé la propria migliore vocazione ambientale, attingendo alla propria storia e dotandosi di strumenti adeguati a risolvere i problemi specifici del proprio contesto<sup>113</sup>.

L'Agenda 21 Locale è in genere uno strumento difficilmente codificabile, considerata la diversa natura dei problemi affrontati e le differenti priorità che contraddistinguono le autorità locali nella loro articolazione gerarchica e nella loro distribuzione territoriale. Essa si basa sul principio della partecipazione diretta di tutti gli attori sociali, anche di quelli che tradizionalmente non vengono consultati. In questo ambito non c'è la distinzione tra pianificatori e utenti del piano, la negoziazione è fatta tra portatori d'interessi e di diritti, sociali, economici e ambientali. Non si tratta di un semplice processo di animazione sociale al cui termine si redige una carta o un documento di buone intenzioni, senza aver definito, anche dal punto di vista tecnico, gli strumenti per la sua attuazione. Si tratta d'un documento che può servire come supporto ad altri strumenti di programmazione.

## **8. TURISMO SOSTENIBILE E RESPONSABILE, sono la stessa cosa?**

*“Quando si dice turismo responsabile s'intende un atteggiamento individuale di rispetto dei luoghi e delle persone che si incontrano. Quando si dice turismo sostenibile ci si riferisce a una politica di sviluppo turistico armoniosa e proficua per tutti gli interessi”<sup>114</sup>.*

---

<sup>113</sup> Cfr. [www.ambienteitalia.it/agenda21](http://www.ambienteitalia.it/agenda21)

<sup>114</sup> D. Canestrini, *Andare a quel paese, vademecum del turista responsabile*, cit. p.9

Il termine che per primo compare nella letteratura e nel lessico turistico è *sostenibilità*. Inizialmente si riferiva, quasi esclusivamente, alla necessità di porre attenzione all'ambiente, e l'aggettivo sostenibile si riferiva appunto alla *capacità di carico*, ovvero al rapporto tra risorse naturali e *turismo*, definendone i limiti. Solo successivamente il suo significato si è caricato di valenze etiche ed economiche.

Per quanto riguarda il concetto di *responsabilità*, il dizionario della lingua italiana ci dice che è responsabile chi si rende conto di ciò che consegue alle sue azioni. Il *turista responsabile* infatti è colui che nella piena consapevolezza che il proprio viaggiare inevitabilmente produce delle conseguenze, cerca di *limitarne i danni*.

Cercare di arginare i danni prodotti dal turismo è primariamente un dovere di chi fa turismo, è lui che deve informarsi circa il paese che andrà a visitare, per conoscerne la cultura, le tradizioni, la storia. Sarà sempre lui che dovrà alloggiare in strutture gestite dalla popolazione locale, nel pieno rispetto delle sue tradizioni.

La spiegazione più esaustiva che abbiamo individuato per la distinzione dei due termini la troviamo nel sito internet dell'antropologo Duccio Canestrini: [www.homoturistics.com](http://www.homoturistics.com), dove in un'intervista lo studioso cerca d'accendere una luce nel buio, definendo responsabile "*un modo diverso di fare turismo, diverso da quello vissuto passivamente da chi si lascia 'impacchettare' dalle agenzie di viaggio. Il viaggio è bene spirituale, non si consuma come qualsiasi prodotto. Il turismo responsabile è quindi praticato da persone attente, sensibili e curiose. Che del resto sono tali anche quando escono a comprare il giornale. Credo che la responsabilità nel turismo come nel nostro sistema giuridico, sia sempre personale*". Sostenibile è invece "*nel gergo internazionale e in particolare nel lessico delle Nazioni Unite, è il turismo che non pregiudica la qualità dell'ambiente, che rispetta le persone e le culture locali e contribuisce allo sviluppo armonico (non alla crescita incontrollata) delle destinazioni. Ma attenzione: non esistono da una parte un turismo verde, culturale e 'buono' e dall'altra*

*un turismo di massa 'cattivo'. È sostenibile solo quel turismo che tiene conto del fatto che le risorse su cui poggia sono limitate”<sup>115</sup>. Volendo semplificare non ci sembra scorretto sostenere che è responsabile il turista attento alle proprie scelte etiche, che è consapevole del proprio ruolo sociale e politico che coscientemente predilige quelle proposte di turismo che rispondono al meglio ai vincoli della sostenibilità.*

---

<sup>115</sup> <http://www.homoturisticus.com>

## CAPITOLO SECONDO

# IL TURISMO E LA SFIDA DELLA RESPONSABILITÀ

“...qualcosa di sgradevole, ecco cosa sei quando diventi un turista, qualcosa di sgradevole, vuoto, stupido, un rifiuto che si posa qua e là a guardare questo e quello, e non ti sfiora nemmeno il pensiero che quelli che abitano nel posto in cui tu sei appena di passaggio non ti sopportano nemmeno un po’, che dietro le porte chiuse ti scherniscono per quanto sei strano...”<sup>116</sup>

Siamo proprio convinti che il turismo tradizionale ci permetta di conoscere il paese e la gente che stiamo visitando? Siamo proprio convinti che il turismo porti benessere nei paesi impoveriti? Per noi turisti il turismo è sinonimo di magia, relax, avventura. Come ha scritto Canestrini: *“Basta che cresca e si sviluppi, allora va bene. Nessuno dice al povero gipparolo incolto che in Niger con suo adorato 4X4 va a rischio di lasciarci la ghirba perché laggiù c’è qualche problema con i misteriosi Tuareg, che vengono deportati e massacrati dai soldati del governo. Sicché il gipparolo incolto si autodeporta e si automassacra (fiducioso del rispetto universale di cui gode la sacra figura del turista, in quanto latore di portafoglio rigonfio) affidandosi alle dune dorate e ai tramonti brulicanti di cecchini.*

*Bang.*

*‘Cosa fate, ammazzate gli ignari turisti, adesso?’*

*‘Sì, perché, valgono più di noi?’*

---

<sup>116</sup> J. Kincaid, *Un posto piccolo*, Adelphi, Milano 1988, p.25

*‘Ma cosa c’entrano loro con i vostri guai?’*

*‘Che si informino.’*

*‘Ma portano soldi!’*

*‘A chi?’” chiedono misteriosi Uomini Blu.*

*Crolla un mito. Dal sacro si cade nel profano. Si minaccia l’ultimo pollone di economia neocoloniale. Si spara sui veri protagonisti. Quelli malati d’Africa. Quelli che non importa se sia la foresta dello Zaire, del Borneo o di Panama, sana, malata, minacciata o popolata, basta che faccia da sfondo nel filmato dell’avventura in canoa da mostrare ai cognati la sera della Befana”<sup>117</sup>.*

Il turista responsabile è il perfetto contrario del gipparolo in vacanza in Niger: è colui che prima di partire si informa circa la cultura, le usanze, i problemi del paese che desidera visitare, ha voglia di scoprire le bellezze del mondo e per fare questo intende incontrare le persone che abitano queste terre, attraverso circuiti turistici che promuovano lo sviluppo delle comunità locali.

Nel turismo tradizionale generalmente gli incontri tra turisti e locali sono del tutto assenti, oppure sono talmente affrettati da non permettere un vero scambio. Questo può essere dovuto alla brevità della vacanza o alla paura di confrontarsi con il diverso; resta comunque il fatto che il turista, quello che per viaggiare s’affida ad un’agenzia di viaggio, non entra a contatto con la realtà dei luoghi.

In proposito, sempre Canestrini, nel saggio *Turpi Tropici*, ha citato il caso d’un parco naturale in Sudafrica dove i visitatori (bianchi), vengono rinchiusi all’interno d’un cancello che non permette loro nessun contatto con l’esterno: i turisti entrano in contatto solo con gli animali rinchiusi nel recinto, senza avere la minima idea di qual era la vita dei neri nelle bidonville<sup>118</sup>.

Noi occidentali abbiamo cominciato ad esportare il nostro modello di consumo all’epoca delle colonie e quando viaggiamo abbiamo la pretesa

---

<sup>117</sup> D. Canestrini, *Turistario luoghi comuni dei nuovi barbari*, Baldini & Castoldi, Trento 1992, p. 9

<sup>118</sup> Cfr. D. Canestrini, *Turpi Tropici*, Zelig, Milano 1997

di trovare tutto quello che ci serve in qualsiasi parte del mondo e, facendo così, continuiamo la nostra opera colonizzatrice, esportando villaggi turistici fatti a nostra immagine e somiglianza che schiacciano le culture e omologano la gente.

Guglielmo Isoardi, amministratore delegato Alpitour, spiega: “*Nessun tour operator può, come noi, offrire a Djerba mozzarelle e pomodori freschi, o tagliatelle. Gli operatori tedeschi, tecnicamente preparati, offrono prodotti che al cliente italiano, esigente e fantasioso, non piacciono*”<sup>119</sup>.

Cosa viaggiamo a fare se alla fine scegliamo dei villaggi turistici che sono delle vere e proprie fortezze interdette alla gente del posto, mangiamo tagliatelle e pomodori e parliamo solo con gli altri turisti?

A questo punto andare a Djerba o a Rimini è la stessa identica cosa, forse il mare è più pulito ma noi stiamo tanto bene nel nostro villaggio che non sentiamo neanche la necessità di trascinarci fino alla spiaggia... mare o piscine in fondo l'abbronzatura è uguale!

Per questo motivo, secondo Heller, “*il turismo è più pericoloso delle reazioni nucleari, e il suo illusorio aspetto di conquista sociale e democratica impedisce di arrestare la catastrofe imminente*”<sup>120</sup>.

Crediamo però che un modo per uscire da quella che Heller definisce ‘catastrofe imminente’ ci sia, ed è tutto racchiuso nel concetto di responsabilità, uno strumento che ci permette di conoscere posti e culture nuove senza comprometterne la loro integrità, promuovendo la vera conoscenza tra locale e turista.

---

<sup>119</sup> D. Canestrini, *Andare a quel paese, vademecum del turista responsabile*, Feltrinelli Treveller, ottobre 2001, p. 107

<sup>120</sup> D. Canestrini, *Turistario, luoghi comuni dei nuovi barbari*, Baldini & Castoldi, Milano 1993

## 1. NASCITA E CONSOLIDAMENTO DEL TURISMO RESPONSABILE

Nel 1990 è nato il *Comitato etico internazionale turismo e ambiente* voluto dal Touring Club Italiano. L'anno successivo a San Rocco di Camogli si è costituita l'associazione *RAM*<sup>121</sup> (Roba dell'Altro Mondo) che ai suoi soci propone i *Criteri per un viaggiare non dannoso*. All'interno della neonata associazione da subito si è sviluppato il *Centro di attenzione al turismo* che dà vita al *Forum italiano del turismo responsabile*. Nel 1993 sono state pubblicate le *Linee guida per attività di Ecoturismo per tour operator*, le *linee guida della Ecotourism Society*, a cura di R. Furlani del Wwf Italia e il già citato libro di R. Garrone *Turismo responsabile: nuovi paradigmi per viaggiare in terzo mondo*. Così sono nate le prime riflessioni attorno al *turismo responsabile*, riflessioni che poi hanno aperto la strada ad innumerevoli associazioni che al momento attuale lavorano per la costruzione d'un turismo a portata d'uomo e di ambiente<sup>122</sup>.

Citiamo solo quelle che riteniamo aver dato il contributo più rilevante:

- *PINDORAMA*, associazione culturale con sede a Milano, ha iniziato col proporre viaggi a livello amatoriale, in collaborazione con la rete del commercio equo e solidale. È arrivata ad essere il primo tour operator in Italia che dispone d'un catalogo interamente incentrato sul turismo responsabile in Centro e Sud America, Asia e Africa.
- *TERRE DI MEZZO*, nata nella capitale lombarda sulla scia dell'omonimo giornale di strada. Pur partendo da un interesse specifico come quello dei campi di lavoro, si è occupata del fenomeno del turismo responsabile curando diverse pubblicazioni, tra cui: *Pappamondo*, un manuale per scoprire i sapori del mondo a Milano, *Guida al cammino di Santiago de Compostela*, con tutti gli indirizzi

---

<sup>121</sup> Si tratta di uno dei centri di critica al turismo più attivi in Italia, è tra i fondatori AITR, Associazione Italiana Turismo Responsabile.

<sup>122</sup> In proposito vedi *allegato*

degli ostelli gratuiti, *Vacanze contromano*, una miniguide al turismo responsabile, ai campi di solidarietà, ai campi natura ed archeologia.

- *RAM, Roba dell'altro mondo*, offre viaggi-incontro in India e nel sud-est asiatico. Il suo lavoro è incentrato sulla critica del turismo quale fattore sociopolitico di notevole rilevanza internazionale. Ha dato vita alla *Carta del turismo responsabile* e, dal 1996 annualmente pubblica *microguide*, guide turistiche che si distinguono per il taglio critico, ideali per mettere in contatto il visitatore con la gente del posto.
- *AITR, Associazione Italiana Turismo Responsabile*, nata nel 1997, dal Forum Italiano sul Turismo Responsabile tenuto a Genova nel 1994. Si tratta d'una federazione di associazioni, che s'interroga sulle problematiche turistiche<sup>123</sup>. Nei principi della *Carta di Aitr* si capisce che il viaggiare responsabile è un impegno che il turista si accolla prima, durante e anche dopo il viaggio. Aitr nel 1998 ha sottoscritto il documento *Turismo responsabile. Carta d'identità per viaggi sostenibili*, dove vengono fornite indicazioni concrete destinate sia al turista che all'operatore.

Fra i periodici che si sono occupati di questo tema, merita un appunto particolare *Airone*, che qualche anno fa ha ospitato dei percorsi di turismo responsabile, soprattutto attraverso lo spazio mensile curato dal già citato antropologo D. Canestrini e intitolato *L'uomo che viaggia*<sup>124</sup>.

Meritano d'essere menzionati anche:

- *La Carta di Ercolano*, una sorta di codice etico per una comunicazione turistica più corretta. Nata nel novembre 1994, per volontà di un gruppo di giornalisti, scrittori, docenti, tour operators e

---

<sup>123</sup> Cfr. [www.solidea.org/aitr](http://www.solidea.org/aitr)

<sup>124</sup> Cfr. R. Garrone, *Turismo responsabile: nuovi paradigmi per viaggiare in terzo mondo*, Associazione RAM, Milano 1996, cit. p. 222

turisti stessi, che propone una riflessione intorno all'etica nel comunicare il turismo<sup>125</sup>;

- il convegno *Deontologia della comunicazione turistica: rapporti tra giornalisti e operatori del turismo*, organizzato nel settembre 1996 dal Gruppo Stampa Turistica Italiana;
- *Il turismo nei Paesi del Sud del mondo visto attraverso la stampa specializzata italiana e spagnola*, una ricerca condotta nel 1997 a Milano dall'Istituto Cooperazione Economica Internazionale<sup>126</sup>.

Questi ultimi sono stati dei momenti molto importanti per una riflessione etica della notizia nell'editoria turistica. La stampa del settore infatti è una delle due principali fonti di informazione che il viaggiatore consulta prima della partenza, assieme ai cataloghi dei Tour operators (il catalogo dell'operatore rimane nella maggior parte dei casi l'unica lettura prima del viaggio)<sup>127</sup>. Il problema di questo tipo di stampa è che riesce a condizionare i comportamenti dei consumatori, senza che ci sia alcun organismo che regola la completezza e la correttezza delle informazioni. Infatti generalmente le indicazioni che riguardano gli aspetti negativi sono praticamente inesistenti, le descrizioni riguardano solo spiagge e mare, non vengono quasi mai menzionate le problematiche socio-politiche-economiche che potrebbero impaurire il turista<sup>128</sup>. *“Nessuna brochure patinata parlerà mai di guerre civili striscianti in zone di gran turismo e di grandi affari; nessun operatore turistico riferirà mai dei tifoni estivi ai Caraibi perché deve vendere all'italiano che può andare via solo in agosto il pacchetto di divertimenti cubani”*<sup>129</sup>.

---

<sup>125</sup> Cfr. *Carta di Ercolano in Solidarietà internazionale*, anno V, n.4, ottobre-dicembre 1994

<sup>126</sup> Cfr. M. Bianchi, *L'arte del viaggio, ragioni e poesia di un turismo sostenibile*, MC editrice, Milano 1998

<sup>127</sup> Cfr. A. Somoza, *L'informazione turistica: breve analisi dei cataloghi di viaggio*, in *L'arte del viaggio, ragioni e poesia d'un turismo sostenibile*, cit. p. 56

<sup>128</sup> ibi p. 60

<sup>129</sup> Cfr. F. Carbone, *I coralli sono morti*, Stampa alternativa, Roma 1999, p.19

## 2. COSA DEVE FARE UN *TURISTA RESPONSABILE*?

Un viaggio, per definirsi di *turismo responsabile*, deve rispettare tre requisiti: il *contenuto impatto ambientale*, il *positivo impatto socioculturale* nelle comunità ospitanti e *l'equità economica*<sup>130</sup>.

Per ottenere il soddisfacimento di tutti e tre i presupposti è indispensabile che il turista si interroghi sul suo comportamento, chiedendosi quali conseguenze stanno dietro le sue scelte.

- Dovrà scoprire quali sono le reali aspettative e motivazioni che lo spingono a viaggiare, e in base a queste scegliere meta e compagni di viaggio<sup>131</sup>.
- Cercherà d'informarsi in modo concreto procurandosi testi, guide, tutto il necessario per comprendere l'ambiente socioculturale che si andrà a visitare, ricercherà notizie che siano il più possibile realistiche evitando quelle tendenziose e ambigue<sup>132</sup>.
- Prima della partenza dovrebbe partecipare ad almeno un incontro preparatorio dove i *compagni di viaggio* potranno conoscersi, scambiarsi informazioni, idee e pianificare il viaggio. In qualche caso sarebbe anche opportuno organizzare un corso di lingua, per avvantaggiare il turista nell'inserimento in loco<sup>133</sup>.
- Il viaggiatore deve sapere che, anche inconsapevolmente, la sua presenza può provocare effetti distruttivi sulla cultura locale, soprattutto quando si tratta d'andare a visitare comunità tribali (può ad esempio essere portatore di malattie verso cui le comunità indigene non hanno difese immunitarie)<sup>134</sup>.

---

<sup>130</sup> Cfr. *Carta sull'etica del turismo e dell'ambiente* sul sito internet [www.solidea.org/ospiti/aitr\\_index](http://www.solidea.org/ospiti/aitr_index)

<sup>131</sup> Cfr. *Carta di identità per viaggi sostenibili*, in [www.solidea.org/ospiti/aitr/carta](http://www.solidea.org/ospiti/aitr/carta); Cfr. M.Aime, *Diario dogon*, cit. p.17

<sup>132</sup> Principio stabilito dall'articolo n.1 del codice etico mondiale per il turismo, Cfr. [www.word-tourism.org](http://www.word-tourism.org), dalla Carta di Aitr, Cfr. [www.solidea.org/ospiti/aitr/carta](http://www.solidea.org/ospiti/aitr/carta)

<sup>133</sup> Cfr. D. Canestrini, *Andare a quel paese, vademecum del turista responsabile*, cit. p.96

<sup>134</sup> Cfr. M. Bianchi, *L'arte del viaggio*, cit

- Dovrà chiedere trasparenza agli organizzatori, pretendendo garanzie etiche, economiche e sociali. Chiedendo anche informazioni sul prezzo e vedendo quale percentuale finale andrà a ricadere sulla popolazione<sup>135</sup>.
- Nei luoghi di destinazione è molto importante che il turista contatti le associazioni locali. Queste generalmente cercano di conciliare il comfort del viaggio con l'attenzione all'ambiente e alla popolazione<sup>136</sup>.
- È necessario utilizzare strutture d'accoglienza e ristorazione prettamente locali, evitando d'alloggiare in grandi alberghi di forte impatto ambientale (frutto d'investimenti esterni, oppure di proprietà di qualche catena multinazionale) privilegiando le piccole strutture a conduzione diretta, le pensioni a gestione familiare. In questo modo si aiuta l'economia locale e si viene inseriti nella cultura del luogo<sup>137</sup>.
- Privilegiare l'uso di trasporti pubblici.
- Evitare (quando possibile) di viaggiare nei periodi di maggior flusso turistico.

Quindi, il turista responsabile non cerca gli alberghi di lusso, a lui interessa il contatto con la realtà locale, per questo s'adatta a quello che trova alloggiando nelle piccole strutture a conduzione familiare superando la paura del diverso e del nuovo, facendo anche in modo che il denaro messo in circolazione attraverso questo meccanismo si ridistribuisca poco alla volta tra la gente comune, non tra i pochi delle multinazionali o tra i tour operators.

Bisogna sempre ricordare che il turismo inserito in ambienti socialmente deboli, come nei paesi in via di sviluppo, porta con sé dei costi che vanno a pesare sulla vita della popolazione locale:

---

<sup>135</sup> Cfr. D. Canestrini, *Andare a quel paese, vademecum del turista responsabile*, cit. pp. 93-96

<sup>136</sup> Cfr. ibi

<sup>137</sup> Cfr. ibi

- *l'accrescimento delle disparità tra le classi*, dovuto al grande disequilibrio economico tra chi lavora nel turismo e chi è inserito in altri contesti lavorativi<sup>138</sup>.
- *L'aumento della prostituzione e dell'uso delle droghe*. Si tratta di mali sociali presenti anche in altri ambienti, ma che sono spesso associati al fenomeno turistico. L'uomo, infatti, estrapolato dalla propria vita quotidiana, si sente più libero di trasgredire ed è più facile che s'abbandoni a comportamenti che non terrebbe a casa propria. Come la maggior parte dei turisti cercano lo svago lontano da casa, così altri cercano la trasgressione che non riescono a realizzare dove risiedono normalmente<sup>139</sup>.
- *Significativi cambiamenti nei costumi e nei valori del luogo*, arrivando a rivoluzionare l'intero sistema di vita. I locali, infatti, fanno proprie categorie create dagli altri, secondo la logica, analizzata da Gramsci, per cui le popolazioni dominate assumono le categorie di riferimento dei loro dominanti, abbandonando le proprie<sup>140</sup>. Il turismo è inevitabilmente portatore di cambiamento, che può essere considerato degradante o meno a seconda dell'ottica adottata per osservarlo. Noi riteniamo che l'incontro tra culture diverse porti sempre ad una contaminazione che non è di per sé negativa, lo diventa quando i turisti invece di predisporre al confronto attuano delle vere e proprie forme di colonialismo<sup>141</sup>. Questo però non accade quando lo scopo del viaggio è quello di incontrare nella reciprocità.
- *Aumento del costo dei generi di prima necessità*, con l'arrivo del turista vengono monetizzati tutti gli scambi ed i prodotti assumono un valore economico che è dettato dalle preferenze del turista<sup>142</sup>.

---

<sup>138</sup> Cfr. M. Bianchi, *L'arte del viaggio*, cit.

<sup>139</sup> Cfr. D. Canestrini, *Turistario, luoghi comuni dei nuovi barbari*, cit. pp.115-119

<sup>140</sup> Cfr. M. Aime, *Diario dogon*, Bollati Boringhieri, Torino, marzo 2000

<sup>141</sup> Cfr. R. Garrone, *Turismo responsabile, nuovi paradigmi per viaggiare in terzo mondo*, cit.

<sup>142</sup> Cfr. D. Canestrini, *Andare a quel paese, vademecum del turista responsabile*, cit. pp.37-40

- *Aumento del prezzo degli immobili*, gli ingenti investimenti turistici rendono pressoché inaccessibile il mercato ai locali, che sono costretti a rifugiarsi nelle periferie delle città-vacanze.

Vediamo quindi che il turismo incide in modo marcato sulla vita degli abitanti e, proprio per questo, dovrebbe basarsi sul consenso. Nei progetti dell'industria turistica, invece, prevale la tendenza a considerare la popolazione, comprensiva di tradizioni e cultura, un oggetto di consumo a disposizione del turista, senza riconoscere che l'interazione tra popolazione e turismo è un'operazione fondamentale, in quanto le modifiche apportate dal turismo devono essere accettate dalla popolazione e non ne devono compromettere l'integrità.

Anche l'ambiente non è rimasto escluso dalle conseguenze della vorticosa crescita turistica. Spesso infatti i grandi villaggi sono nati al di fuori di qualsiasi piano di sviluppo compatibile con l'ambiente e le risorse naturali<sup>143</sup>.

Tutto questo è potuto esistere perché tanti turisti non si sono mai interrogati sulle conseguenze delle loro azioni.

### **3. LA SCELTA DEL VIAGGIO**

La scelta del posto dove trascorrere le proprie vacanze deriva da una più generale *scelta di vita*.

Questo non significa che chi conduce una vita sregolata predilige un turismo avventuroso e chi invece è tranquillo ama i viaggi rilassanti.

A volte si verifica proprio il contrario. L'esempio più evidente è quello dei cosiddetti *cocodrilli*: i turisti pedofili, che nella vita di tutti i giorni sono stimati lavoratori<sup>144</sup>.

---

<sup>143</sup> Cfr. R. Garrone, *Turismo responsabile, nuovi paradigmi per viaggiare in terzo mondo*, cit. p. 187

<sup>144</sup> Cfr. D. Canestrini, *Andare a quel paese, vademecum del turista responsabile*, cit. p.88

In ogni caso, ognuno di noi quando abbandona la propria quotidianità per avventurarsi in qualcosa di misterioso come un viaggio, lo fa perché crede d'ottenere qualcosa. E sulla base di ciò che s'intende ottenere si dovrebbero scegliere meta e compagni di viaggio.

Il comportamento del turista che *acquista* una vacanza è del tutto analogo al comportamento di qualsiasi consumatore al momento dell'acquisto di un certo prodotto. Lo studio di questo aspetto del viaggiatore va ad interessare una materia che trae origine sia dalla psicologia che dall'economia: *la psicologia economica*<sup>145</sup>. Questa scienza, da osservazioni condotte su numerose ricerche, ritiene che le scelte del consumatore derivino generalmente da un comportamento abitudinario, quello cioè dettato dalla ricorrenza.

Questo fattore è di fondamentale importanza quando si parla di prodotto turistico, infatti significa che marketing e pubblicità giocano un ruolo fondamentale nell'interrompere il comportamento consuetudinario o nel far ripetere l'esperienza passata.

K. Lewin ha sviluppato una teoria, *struttura del campo psicologico*, secondo la quale ogni individuo di fronte alla necessità di prendere una decisione elabora una serie d'elementi per arrivare ad una soluzione ottimale, in poche parole, cerca di fare un bilancio dei pro e dei contro.

Questa teoria prende in considerazione tutte le variabili che concorrono nella nostra decisione che verranno modificate, ristrutturare, riconsiderate fino a quando non si giungerà all'intuizione, *all'insight*, cioè alla decisione finale<sup>146</sup>.

Katona, nel saggio *L'uomo consumatore*, ha analizzato alcune di queste variabili intervenienti che possono essere applicate anche per quel che riguarda la scelta turistica:

---

<sup>145</sup> Cfr. G. Rossi, *Soria e psico-sociologia del turismo*, Editrice San Marco, Bergamo 1985, p. 166

<sup>146</sup> Cfr. ibi p.169

- LE MOTIVAZIONI sono la causa primaria<sup>147</sup>, “*nelle motivazioni del turista c’è il desiderio di soddisfare i propri sogni*”<sup>148</sup>, queste agiscono all’interno dell’individuo e non si devono confondere con le finalità o gli obiettivi. Sono la spinta all’agire, come per esempio il bisogno d’evasione, la ricerca del nuovo, il relax, la conferma del proprio status sociale,...

Secondo Canestrini, le motivazioni del turista spesso sono inesistenti o inconfessabili, si viaggia per.. niente, si fa il turista appunto<sup>149</sup>.

- LE ATTITUDINI come predisposizione naturale, sono ritenute durevoli nel tempo, possono aiutare a prevedere dei risultati futuri<sup>150</sup>.

- LE CONOSCENZE, le informazioni personali che riguardano determinati problemi o argomenti. In questa fase gioca un ruolo fondamentale la pubblicità<sup>151</sup>.

- L’IDENTITA’ PERSONALE, la capacità d’essere se stessi. Ci sono persone più o meno influenzabili, il peso di questo fattore entra in gioco al momento della scelta con “*un peso e una misura direttamente proporzionali al grado di affermazione dell’identità personale di ciascun individuo*”<sup>152</sup>.

- I VALORI PERSONALI, ci sono innumerevoli valori ed ideali sui quali l’individuo imposta la sua vita che possono farlo propendere per una scelta piuttosto che per un’altra<sup>153</sup>.

---

<sup>147</sup> Cfr. G. Corna Pellegrini, *Turisti viaggiatori, per una geografia del turismo sostenibile*, it. pp.40-42

<sup>148</sup> R. Lavarini, *Sociologia del turismo*, Cooperativa libraria IULM, Milano 1998 p.216

<sup>149</sup> Cfr. D. Canestrini, *Andare a quel paese, vademecum del turista responsabile*, cit. p. 86

<sup>150</sup> Cfr. G Rossi, *Storia e psico-sociologia del turismo*, cit. p.170

<sup>151</sup> ibidem

<sup>152</sup> ibi p. 170

<sup>153</sup> ibi p. 171

- IL PASSATO PSICOLOGICO, l'esperienza passata modifica sempre il proprio campo psicologico. Nel caso del turismo, un ricordo positivo può spingere a ripetere il viaggio negli stessi termini e con le stesse modalità<sup>154</sup>.

Oltre a questi fattori, che considerano l'uomo come unità a se stante, singola ed indipendente, abbiamo anche dei fattori sociologici che studiano l'uomo come parte di un gruppo. È ormai assodato, da innumerevoli studi in materia, che il comportamento del singolo varia a seconda che sia o meno integrato all'interno di un gruppo sociale<sup>155</sup>. In molti casi la molla che porta a decidere la destinazione e il tipo di viaggio è quella che i sociologi chiamano *giustificazione sociale*, cioè l'accettazione nel proprio contesto sociale dell'azione che s'intende compiere<sup>156</sup>.

Da questo principio prende forma la seconda parte della nostra riflessione che identifica in:

- TRADIZIONE
- CULTURA
- CLASSE SOCIALE
- REFERENZE DI GRUPPO (quali esperienze altrui)
- PASSATO SOCIOLOGICO (esperienze dei diversi gruppi sociali ai quali si appartiene)<sup>157</sup>.

le variabili che aiutano l'individuo a scegliere la propria destinazione per la vacanza.

La differenza più evidente tra il consumo di beni e di turismo è che, nel primo, il prezzo del prodotto assume un ruolo determinante: il bene

---

<sup>154</sup> ibidem

<sup>155</sup> Cfr. E. Aronson, T. D. Wilson, R. Akert, *Psicologia sociale*, Il Mulino, Bologna 1997, pp.265-287

<sup>156</sup> Cfr. *Viaggiare, che passione*, cit. in [www.homoturistics.com](http://www.homoturistics.com)

<sup>157</sup> Cfr. Katona, *L'uomo consumatore*, Milano 1967

costoso ha sicuramente dei surrogati meno dispendiosi ma ugualmente funzionali mentre, nel secondo, la scelta tra le diverse località non dovrebbe essere solo una questione economica, ma una decisione che ricade soprattutto sul *bisogno psicologico*. In realtà la crescente competitività nell'offerta di prodotti turistici eterogenei: luoghi diversi per cultura, morfologia, clima e attrattive, ha portato, alla nascita un meccanismo che ha fatto perdere interesse per le peculiarità e l'originalità dei luoghi, dando peso esagerato all'economicità dell'affare al punto che si accetta d'andare ovunque purché a basso prezzo.

In questo modo tutte le specificità del territorio vengono cancellate e le diverse località diventano sostituibili in nome delle offerte vantaggiose.

A questo punto appare chiaro il ruolo fondamentale della pubblicità che, facendo leva su numerosi elementi, è in grado di manipolare la decisione finale del turista<sup>158</sup>.

Il turista responsabile è chi non sceglie la propria meta a casaccio, è spinto da *“piacere intenso, che nasce dalla fantasia e dal sognare ad occhi aperti già prima di partire e che coinvolge i sensi in modo e in misura diversi rispetto alla consuetudine quotidiana”*<sup>159</sup>.

#### **4. LA SCELTA DEI COMPAGNI**

Un altro fattore importante per il viaggio è la compagnia: da chi viaggia da solo, alla coppia, al viaggio di gruppo, sono tutte occasioni per soddisfare esigenze diverse.

Generalmente chi viaggia da solo è spinto dalla voglia di libertà, è più predisposto a conoscere gente diversa e ad intrattenersi con loro<sup>160</sup>. Di contro, chi viaggia in gruppo ricerca negli amici serenità e tranquillità,

---

<sup>158</sup> Cfr. G. Rossi, *Storia e Psico-sociologia del turismo*, cit.

<sup>159</sup> M. Aime, *Diario dogon*, Bollati Boringhieri, marzo 2000, Torino, p. 20

<sup>160</sup> Cfr. G. Corna Pellegrini, *Turisti viaggiatori, per una geografia del turismo sostenibile*, Tramontana, Milano 2000

che però tolgono spazio all'impegno individuale nella conoscenza dell'altro. Talvolta la solidarietà che si crea tra i compagni di viaggio, soprattutto se numerosi, può sfociare in sopraffazione ed intolleranza che portano al rifiuto d'ogni contatto con chi non è del gruppo<sup>161</sup>.

Una nota di riguardo per i viaggi di coppia che generalmente sono dei 'viaggi di prova', necessari per testare la nuova vita assieme<sup>162</sup>.

Tutto questo ci fa capire come il viaggio vada a coinvolgere l'essere umano in tutta la sua complessità.

Il turista responsabile sa che è importante sapere con chi viaggia, per questo incontra i compagni prima della partenza, condivide con loro informazioni, paure, cerca di costituire un gruppo che sia ben equilibrato e di numerosità tale da lasciare spazio alle relazioni in loco.

## **5. LA NECESSITÀ DI VIAGGIARE INFORMATI**

È molto importante viaggiare informati, conoscere le usanze, le tradizioni, le leggi e magari anche la lingua del paese che si vuole conoscere, questo potrà evitare spiacevoli inconvenienti, favorendo l'inserimento nella realtà locale.

Per questo è necessario dedicarsi a letture prima della partenza, "*il cammino classico di avvicinamento passa attraverso tappe progressive e inizia con i cataloghi di viaggio e le riviste del settore*"<sup>163</sup>, ma poi deve progredire. I cataloghi rispondono tutti, ovviamente, alla logica aziendale dell'operatore che lo propone, si tratta di strumenti per vendere un prodotto che non forniscono informazioni realistiche e non danno spunti bibliografici. Esistono anche degli strumenti di promozione di determinate destinazioni turistiche: l'*educational* rivolto ai giornalisti

---

<sup>161</sup> Cfr. D. Canestrini - R. Oss, *Homo turisticus*, Glénat Italia, Milano 1993

<sup>162</sup> Cfr. D. Canestrini, *Andare a quel paese: vademecum del turista responsabile*, Feltrinelli Traveller, Milano 2001

<sup>163</sup> M. Aime, *Diario dogon*, Bollati Boringhieri, Torino, marzo 2000, p. 2

*“non è finalizzato solo a far conoscere una destinazione –dice Alessandra Callegari, giornalista e organizzatrice di dibattiti per il Gruppo Italiano Stampa Turistica (GIST)- ma, in quanto strumento promozionale, serve all’organizzatore per far conoscere il proprio prodotto, quindi una specifica destinazione. I tour operator, forti del ‘regalo’ che concedono, si sentono in diritto di pretendere dai giornalisti invitati non solo che scrivano, ma che scrivano ciò che vogliono loro: poiché spendono fior di quattrini per portarli in giro è evidente che ci debba essere un tornaconto. E il ‘do ut des’ alle volte è così esplicito, che si trasforma in perentorie richieste di sottoscrivere dichiarazioni del tipo ‘il giornalista (o la testata) si impegna a citare X e Y sulla testata Z, nelle forme così e così’. C’è poi un ulteriore risvolto della medaglia: testate che chiedono apertamente viaggi gratis, avvalendosi del fatto che, poi, avranno modo di ricambiare: con una citazione qui, un box là. Anche a scapito della funzione di servizio nei confronti del lettore”<sup>164</sup>.*

Questo tipo d’informazione spesso cade nell’immagine stereotipata, generalmente quando trattano di paesi del Sud evidenziano *la voglia di vivere della gente, la natura incontaminata, il sorriso sulla faccia*. È normale che il giornalista dia risalto, nel proprio articolo, alle bellezze che ha visto, senza però dimenticare che quest’informazione è per la maggior parte dei paesi del Sud l’unica esistente! Per questo dovrebbe cercare d’essere un po’ più obiettivo per fornire nozioni serie e attendibili.

Vediamo quindi che l’industria del turismo tende a vendere quelle immagini degli *altri* che più s’avvicinano all’idea che noi abbiamo di loro, per questo è indispensabile fare un salto di qualità anche nella scelta delle letture: scoprendo qualche scrittore locale, soffermandosi sulla storia, scovando qualche saggio d’antropologia...

---

<sup>164</sup> <http://www.homoturisticus.com>

## 6. CONCEDERSI TEMPO

In una società stanziale, come la nostra, il viaggio non può che essere una piccola parentesi, un attimo d'evasione che poi ci scaraventa nella quotidianità. La brevità della vacanza può essere dovuta a mille fattori: l'oggettiva difficoltà dei datori di lavoro ad ammortizzare assenze prolungate, la tendenza del lavoratore a distribuire periodi di ferie ristretti in più momenti dell'anno. In ogni caso resta il fatto che la vacanza *'toccata e fuga'* non permette un incontro approfondito con i luoghi e la popolazione locale. *"(...) il modello classico del viaggio organizzato, spesso costretto in tempi brevissimi è caratterizzato da ritmi frenetici. Questi turisti finiscono per assomigliare ai marinai descritti da William D. Howells: costeggiano tutto il mondo e non ne sanno nulla, a terra sono più ignoranti e inermi di un bambino"*<sup>165</sup>.

Scrivendo F. Cassano *"Andare lenti è rispettare il tempo, abitarlo con poche cose di grande valore, con nostalgia e noia, con desideri immensi sigillati nel cuore e pronti ad esplodere. Andare lenti è il filosofare di tutti, vivere ad un'altra velocità, più vicini agli inizi e alle fini, laddove si fa l'esperienza grande del mondo, appena entrati in esso o vicini al congedo"*<sup>166</sup>.

Il viaggio organizzato molto spesso assomiglia ad una staffetta: musei, panorami, visite guidate, tutto viene calcolato anche il tempo per filmare e fotografare, con il risultato che non si ha il tempo materiale per capire, parlare, osservare profondamente quello che ci circonda<sup>167</sup>.

Il turista responsabile ha sete di capire e conoscere, il viaggio lo ha cercato, desiderato, per questo vuole gustarsi quello che vede concedendosi tutto il tempo che serve: ogni viaggio ha i suoi tempi, come ogni paese che attraversa, come la natura del posto e le persone

---

<sup>165</sup> M. Aime, *Diario dogon*, cit. p. 97

<sup>166</sup> Citazione di copertina in *Il Margine*, mensile dell'associazione culturale O. A. Romero, n.3 1992

<sup>167</sup> Cfr. D. Canestrini, *Andare a quel paese, vademecum del turista responsabile*, cit. pp.100-103

che lo abitano. A volte è meglio rinunciare a qualche tappa per fare pace con il tempo, assaporandolo<sup>168</sup>. Anche la scelta del mezzo di trasporto è importante in questo processo di conoscenza graduale, senza grandi scosse... senza inquinamento. Si tratta d'una scelta da pianificare a casa, prendendo in considerazione tutte le esigenze, facendo un bilancio dei profitti e delle perdite: i mezzi che permettono incontri più ravvicinati e tranquilli sono anche quelli meno invasivi ed inquinanti<sup>169</sup>.

## 7. EVITARE I TOUR OPERATORS

I tour operators sono i professionisti dei viaggi, confezionano dei pacchetti comprensivi di trasporto, alloggi e servizi. Hanno una forte capacità contrattuale nei confronti delle compagnie aeree e del settore alberghiero, per questo riescono a confezionare viaggi a prezzi modici<sup>170</sup>. Nell'industria turistica esistono migliaia di piccole agenzie che però fanno sempre capo a pochi grandi operatori.

Generalmente appartengono al paese da cui provengono i turisti e spesso sono legati a grandi multinazionali, il cui unico scopo è quello d'ottenere un immediato ritorno di capitali<sup>171</sup>. Generalmente confezionano dei *pacchetti tutto compreso* (a prezzi assolutamente vantaggiosi, grazie ai contratti fatti con le compagnie aeree e allo sfruttamento legalizzato delle aree depresse). Il loro compito è quello di trasportare il *turista merce*, come lo aveva definito Urbain<sup>172</sup>, dall'altra parte del mondo, in qualche *villaggio* dove gli verrà impedito qualsiasi contatto con la realtà locale. Si tratta quindi di un modo di viaggiare che

---

<sup>168</sup> Cfr. R. Garrone, *Turismo responsabile, nuovi paradigmi per viaggiare in terzo mondo*, cit. p. 270

<sup>169</sup> L'aereo infatti è uno dei mezzi di trasporto più inquinanti su brevi e medie distanze. Gli aeroplani sono oggi responsabili del 3.5% delle emissioni d'anidride carbonica prodotta dall'uomo. (Cfr. M. Bianchi, *L'arte del viaggio, ragioni e poesia d'un turismo sostenibile*, cit. p.49)

<sup>170</sup> Cfr. G. Corna Pellegrini, *Turisti viaggiatori, per una geografia del turismo sostenibile*, cit. pp. 79-81

<sup>171</sup> La maggior parte del denaro proveniente dal turismo confluisce all'estero: il 60% dei 4 miliardi di dollari ricavati in un anno in Thailandia, per esempio, lascia subito il paese. (Cfr. M. Bianchi, *L'arte del viaggio, ragioni e poesia di un turismo sostenibile*, cit. p. 78)

<sup>172</sup> Cfr. J-D. Urbain, *L'idiota in viaggio. Storia e difesa del turista*, Aporie, Roma 1997

non dà spazio al vero incontro con l'altro o con le altre culture, anche se alcuni operatori internazionali (precisamente 23, di cui Viaggi del Ventaglio, Orizzonti e Settemari) hanno recentemente aderito al programma dell'UNESCO *Tour Operating Initiative for Sustainable Tourism*<sup>173</sup>, nel tentativo, almeno apparente, di aggiungere un plusvalore etico ai prodotti da loro offerti.

In ogni caso i tour operator sono tra i responsabili della mancanza di considerazione della gente del posto: il consumo turistico va a toccare profondi e delicati meccanismi ambientali, umani, culturali e socio-economici, ma i viaggi organizzati rientrano a tutti gli effetti nella categoria dei prodotti e non si sottraggono alla normale logica del commercio<sup>174</sup>. In un articolo pubblicato sul *South China Morning* di Hong Kong, veniva così descritta la situazione in uno dei paradisi tropicali più gettonati di questi anni, Bali: “*gli abitanti si lamentano per la discriminazione che l'industria turistica esercita nei loro confronti, non possono sedersi sulla spiaggia di un grande albergo (buona parte del litorale), che subito arriva qualcuno che minaccia di chiamare la polizia. Alla gente del posto, poi si proibisce di pescare, di organizzare giochi o cerimonie religiose perché, dicono i proprietari degli alberghi, potrebbero disturbare i turisti (...). Gli alberghi sono numerosissimi e la rete fognaria è assolutamente inadeguata, con effetti disastrosi sull'ecosistema della barriera corallina. Campi da golf e piscine consumano enormi quantità di acqua (500 litri al giorno per ogni stanza di albergo), mettendo in crisi il sistema di coltivazione del riso*”<sup>175</sup>.

Le agenzie assolvono il turista da qualsiasi riflessione su ciò che sta facendo, lo declinano da ogni responsabilità: il suo unico compito è quello di sborsare la cifra pattuita e di starsene buono buono nel lussuoso albergo dove lo hanno ‘percheggiato’<sup>176</sup>.

---

<sup>173</sup> Cfr. A.P.T. del Trentino, *Linee guida di promozione turistica 2002*, Palma & associati, ottobre 2001

<sup>174</sup> Cfr. M.Bianchi, *L'arte del viaggio, ragioni e poesia d'un turismo sostenibile*, cit. pp. 78-82

<sup>175</sup> Cfr. *Viaggiare, che passione: turismo responsabile e cooperazione internazionale*, in [www.homoturistics.com](http://www.homoturistics.com)

<sup>176</sup> G. Corna Pellegrini, *Turisti viaggiatori, per una geografia del turismo sostenibile*, cit. p. 80

In questo modo l'utente viene 'trasportato' in qualche villaggio turistico, dove non entra in contatto con la realtà esterna, dove trova prestazioni e servizi che sono propri di casa sua: mangia cibi italiani, ha standard igienici decisamente diversi da quelli locali, dorme comodamente sopra un materasso etc.. Si tratta d'uno standard costosissimo, soprattutto per certi paesi, che per riuscire ad arrivare a questi livelli, o si indebitano oppure, come accade frequentemente, si mettono in mano a potentissime multinazionali. Attraverso queste agenzie il turista riesce anche a vincere la paura dello spaesamento, non si rende conto che questa è la condizione indispensabile per viaggiare ed evolversi.

Il turista responsabile, al contrario, è chi studia un modo di fare turismo del tutto antitetico al precedente, ricerca mete insolite, magari sopporta situazioni di disagio, pur di calarsi direttamente nella realtà che sta visitando, dedicandosi ad una comunicazione costruttiva con la gente del posto, stabilendo rapporti veri e profondi.

## **8. LA MONETIZZAZIONE DEI RAPPORTI UMANI**

Il turismo nei paesi del *terzo mondo* è basato su un'abissale disparità economica: il viaggiatore si può permettere standard di vita decisamente inaccessibili ai locali, cosicché l'occidentale che arriva in questi paesi è venerato per la sua capacità di spesa<sup>177</sup>.

Questo ha portato alla commercializzazione di qualsiasi cosa, oltre alla nascita di fenomeni parassitari come il chiedere l'elemosina agli angoli delle strade.

In tutte le grandi religioni esiste l'obbligo del *fare la carità*, la misericordia nei confronti del prossimo è obbligo per i cristiani, come per i mussulmani che possono accedere al paradiso solo se, per amore di

---

<sup>177</sup> Cfr. G. Corna Pellegrini, *Turisti Viaggiatori, per una geografia del turismo sostenibile*, cit. 25-26

Allah, ciberanno *il meschino, l'orfano, il prigioniero*<sup>178</sup>. I locali di tutto il mondo hanno imparato a conoscere questi principi, sanno di mettere in difficoltà il viandante, che pur di sentirsi in pace con se stesso non esita a regalare qualche spicciolo.

Accanto a questo fenomeno se ne sono sviluppati altri, che sembrano avere come denominatore comune l'obbligo di *spennare il turista*, come l'indigeno che chiede soldi per una foto o per un'indicazione, "*questa non è altro che una delle ormai sempre più numerose espressioni della cosiddetta globalizzazione*"<sup>179</sup>.

Il turista responsabile è consapevole di questo male, sa quali sono le cause che l'hanno prodotto e per questo si sente in dovere di fare qualcosa. Non esiste un punto di vista unanime che indichi qual è la scelta da fare in questi casi. Elargita o meno l'elemosina mette a disagio. L'importante è rendersi conto che ci sono popolazioni povere solo perché qualcuno le ha impoverite, e che non è per mancanza di rispetto che i locali chiedono denaro ma perché è l'unico modo che è loro rimasto per ricavare qualcosa dallo sviluppo turistico<sup>180</sup>.

Per questo il turista responsabile, tornato a casa, saprà offrire le proprie conoscenze per la costruzione d'una cultura alternativa che ponga finalmente l'uomo, di qualunque parte del mondo, al centro dei dibattiti economici e politici, favorendo la nascita di un'economia al servizio della gente.

---

<sup>178</sup> Cfr. D. Canestrini, *Turistario, luoghi comuni dei nuovi barbari*, cit.

<sup>179</sup> M. Aime, *Diario dogon*, cit. p 35

<sup>180</sup> ibi, pp. 35-38

## 9. LA NECESSITA' DI SUPERARE LUOGHI COMUNI E PRECONCETTI

Il viaggio è incontro tra culture, e il turismo potrebbe proprio essere la culla del passaggio da una concezione di cultura unitaria e intangibile a cultura organica permeabile e in movimento. “*La varietà dei luoghi che il turismo consente di conoscere e la diversità degli incontri umani che esso propone, sia nei confronti dei posti visitati, sia di altri viaggiatori che lì stanno trascorrendo il loro tempo libero, conferiscono all’esperienza del turismo una tendenza cosmopolita*”<sup>181</sup>.

Secondo l’antropologo Cohen, esistono diverse tipologie di turisti e di conseguenti *esperienze turistiche* che si differenziano in base alle diverse combinazioni tra novità e familiarità. Semplificando Cohen ha messo su di un continuum tutte le diverse tipologie, muovendo dal massimo di familiarità al massimo di novità<sup>182</sup>. Vengono così individuati quattro tipi fondamentali di ruolo turistico:

1. *Il turista di massa organizzato*: acquista il viaggio, come acquisterebbe qualsiasi altro bene di consumo, è un individuo molto legato alla sua società d’appartenenza. Viaggia in gruppo con il quale è alla ricerca dello svago, ha poco interesse per l’autenticità. Una volta partito egli resta nel microambiente creato per lui, protetto e separato dal mondo esterno.
2. *Il turista di massa individuale*: diversamente da quello organizzato, non appartiene a un gruppo e ha una certa autonomia nella gestione del proprio tempo e del proprio itinerario. È comunque sostenuto dall’agenzia, è presente l’idea della novità ma che assume carattere di routine.

---

<sup>181</sup> G. Corana Pellegrini, *Turisti viaggiatori, per una geografia del turismo sostenibile*, cit. p.76

<sup>182</sup> Cfr. E. Cohen, *Toward a Sociology of International Tourism*, in *Social Research*, vol. 39, n.1, 1972, p. 167

3. *L'esploratore*: è chi organizza da solo il proprio viaggio, tende ad allontanarsi dalle stazioni del turismo di massa pur cercando un certo comfort. È alla ricerca della novità ed è disposto ad entrare in contatto con la popolazione locale.
  
4. *Il Giramondo*: un individuo che quando viaggia lo fa del tutto alienato dalla sua società, si allontana al massimo dai percorsi di massa, evita ogni rapporto con le organizzazioni turistiche. “*Tra le vecchie abitudini egli conserva solo le più essenziali per mantenere la propria identità*”<sup>183</sup>.

Si potrebbe commentare che il *continuum* ideato da Cohen stabilisce anche un passaggio verso forme di maggiore responsabilità.

Il turista medio è quello che non cerca un vero incontro con la gente del posto, è pieno di paure che derivano da preconcetti di cui spesso non è nemmeno consapevole. È partito da casa con l'idea di andare in un luogo sporco, dove i locali hanno poca voglia di lavorare, dove la cucina è strana. Vissuto in questo modo il viaggio non serve altro che a riconfermare quelli che erano gli schemi mentali prima della partenza.

Il turista per dirsi responsabile deve essere consapevole che il luogo che andrà a visitare non è uguale alla propria casa o al proprio paese, la gente e il modo di vivere e pensare sono diversi. Consapevole di questo, deve favorire l'incontro vero abbandonando, se possibile, le proprie abitudini<sup>184</sup>. L'immersione nell'esistenza autentica, può aiutare il turista a superare i pregiudizi che il proprio vivere quotidiano gli ha procurato.

---

<sup>183</sup> Cfr. A. Savelli, *Sociologia del turismo*, Franco Angeli editore, Milano 1996, p. 69

<sup>184</sup> D. Canestrini, *Andare a quel paese, vademecum del turista responsabile*, cit. pp. 94-97

## 10. FOTOGRAFIE, ABBRONZATURA E SOUVENIR

*“Le fotografie sono un modo di vedere la realtà che si sostituisce all’esperienza diretta come prima forma di conoscenza. È una manipolazione dell’immaginario che forma stereotipie alienanti in cui, in mancanza di incontro reale, i soggetti etnici diventano ‘stranieri’ cui viene negata un’esistenza reale e diretta”*<sup>185</sup>.

Il turista sembra essere assalito dall’esigenza di documentare tutto quello che incontra durante il suo cammino, e questo non comporterebbe dei gravi danni se i ritratti o le riprese riguardassero semplicemente romantici tramonti o spettacolari paesaggi. Il problema sorge quando nell’obiettivo ci sono delle persone che, dal momento in cui sono immortalate dalla macchina fotografica, vengono completamente spersonalizzate. *“Fare clic è diventato un comportamento altamente stereotipato che esaurisce ogni altra curiosità nei confronti del ‘diverso’ (geografico e antropologico)”*<sup>186</sup>, la persona ritratta nella foto viene spersonalizzata e trasformata in esempio, diventa la rappresentazione di *tutti quelli che vivono lì*.

Di fotografie al mondo ce ne sono per tutti i gusti, non esiste realtà che non sia stata immortalata almeno una volta. Durante le nostre vacanze stiamo più attenti a ricercare un *‘bel quadretto da ritrarre’* che non a dedicarci alla comunicazione.

Fermarsi a fare due chiacchiere è un comportamento più utile e più civile, *“l’incontro e il dialogo con la gente del luogo visitato può a sua volta, più in generale, rappresentare un’esperienza decisiva nel contatto tra la cultura del turista e quella del territorio ch’egli sta visitando”*<sup>187</sup>.

Il dialogo ci può aiutare a capire qualcosa di più della persona che abbiamo davanti, magari scoprendo che il nostro interlocutore, con i

---

<sup>185</sup> Cfr. A. Simonicca, *Antropologia del turismo*, Nis, Roma 1997

<sup>186</sup> D. Canestrini, R. Oss, *Homo turisticus*, Glènat Italia, Milano 1993, p. 30

<sup>187</sup> G. Corna Pellegrini, *Turisti viaggiatori, per una geografia del turismo sostenibile*, cit. p. 84

soldi che noi abbiamo speso per un rullino, avrebbe sfamato la sua famiglia per una settimana<sup>188</sup>.

Il viaggiatore deve rendersi conto che sta viaggiando in una cultura diversa dalla sua, e ciò che può essere banale ai suoi occhi può non esserlo per il locale, alcune manifestazioni normali da noi, come può essere il fare una fotografia, possono non esserlo per gli altri.

Per questi motivi il turista responsabile è chi fa del rispetto dell'altro un fattore essenziale, e se deve scattare una foto chiede il permesso.

Il problema infatti non è tanto quello di fotografare, quanto *“il fatto di non aver stabilito con le persone nessun rapporto prima di sfoderare l'obiettivo. Con il risultato che una relazione potenzialmente divertente, giocosa, può essere avvertita come una prevaricazione. La morale è semplice: primo, stabilire un contatto vero e solo dopo, con delicatezza, chiedere di fotografare”*<sup>189</sup>.

Un altro elemento fondamentale per chi viaggia è l'*abbronzatura*: è importante come un trofeo, è un fatto sociale: se si è abbronzati significa che si è andati da qualche parte in vacanza, e più lontano si è andati più siamo degli eroi, degli avventurieri<sup>190</sup>, anche se in realtà siamo stati sdraiati per quindici giorni sopra lo stesso lettino in un villaggio turistico mangiando pizza e spaghetti al pomodoro.

Nell'antichità il pallore della pelle era caratteristica dell'uomo libero e del padrone. Erano lo schiavo e il contadino ad avere la pelle colorata, perché dovevano lavorare esponendosi ai raggi del sole.

Col passare del tempo, con l'avvento della società industriale abbiamo il riconoscimento del diritto alle ferie e l'affermarsi delle vacanze balneari. Da questo momento in poi l'abbronzatura diventa sinonimo dell'avvenuta vacanza, suscita invidia in chi non ce l'ha e dà prestigio al vacanziero ritornato in città<sup>191</sup>.

---

<sup>188</sup> Cfr. D. Canestrini, *Turistario, luoghi comuni dei nuovi barbari*, cit. p.67

<sup>189</sup> R. Garrone, *Turismo responsabile, nuovi paradigmi per viaggiare in terzo mondo*, cit. p. 217

<sup>190</sup> Cfr. D. Canestrini, R. Oss, *Homo turisticus*, cit. p.57

<sup>191</sup> Cfr. D. Canestrini, *Turistario, luoghi comuni dei nuovi barbari*, Baldini & Castoldi, Trento 1992

Il turista responsabile è a conoscenza di questo, può darsi che anche per lui la pelle abbronzata abbia un certo fascino, ma sicuramente non è lo scopo primario del suo viaggio. Concedersi qualche giornata di assoluto riposo in spiaggia è un toccasana, basta che questo non avvenga a discapito della conoscenza della realtà locale.

Il turista oltre che la tintarella è assalito dall'esigenza di portare a casa qualcosa del posto, come conferma per amici e parenti della concretezza della propria *avventura*. Proprio grazie a questa tendenza, quello dei souvenir è diventato un business internazionale, tanto che alcune comunità indigene si sono specializzate in un tipo d'artigianato richiesto dai turisti ma completamente slegato dalla cultura locale<sup>192</sup>, “*Le trasformazioni, anche in campo artistico, non sono dovute a ricezione passiva di influenze esterne, ma piuttosto a un adattamento opportunistico ai nuovi eventi*”<sup>193</sup>.

Generalmente il turista compra perché è convinto che l'acquistare sia un modo per conoscere meglio quel paese e soprattutto per far vedere che c'è stato, così si riempie di cianfrusaglie da regalare agli amici quando torna a casa. Non importa se lo stesso oggetto lo poteva trovare ai grandi magazzini, perché è *made in Taiwan*, l'importante è avere la sensazione d'aver acquistato *qualcosa di tradizionale*.

Il turista responsabile, sa di questo fruttuoso business i cui proventi non ricadono tra la popolazione, per questo motivo cerca di effettuare i propri acquisti in cooperative locali, tra i piccoli artigiani, offrendo loro la possibilità d'un guadagno che porta benefici diretti all'interno della collettività.

---

<sup>192</sup> Cfr. D. Canestrini - R. Oss, *Homo turisticus*, cit. p. 60

<sup>193</sup> M Aime, *Diario dogon*, cit. p.73

## **11. OPULENZA, POVERTÀ E DEGRADO : L'IMPORTANZA DI SAPERE DOVE VANNO I SOLDI**

Per il turista tradizionale il prezzo del viaggio è l'elemento determinante, spesso interessa più della scelta della meta: il turista medio è disposto ad andare ovunque basta che sia a buon prezzo.

Ma a chi vanno i soldi che si sborsano? Il turista responsabile, al pari del consumatore responsabile, questa domanda se la deve porre.

Come viene suddiviso il prezzo, quanto rimane alla popolazione locale?

Le strutture che ci ospitano contribuiscono all'inquinamento della zona?

E l'acqua della piscina viene sottratta alle colture agricole del luogo?

Il turista responsabile non può lasciarsi trasportare in villaggi turistici dotati di megastrutture, costruiti a dispetto delle norme sull'ambiente o in danno alle popolazioni locali che in cambio ricevono benefici esigui e danni incalcolabili.

Il turista responsabile si informa, sceglie di viaggiare con chi offre maggiori garanzie di trasparenza, avvantaggiando le piccole strutture locali.

Oltre tutto il turista deve anche sapere che lui è quasi un testimone, un ambasciatore delle tradizioni del suo paese: osservando i vacanzieri che possono permettersi di spendere ingenti somme di denaro, che si atteggiavano da signori con standard di vita alti, i locali giungono alla conclusione che il Nord sia un paradiso dove tutti sono ricchi, dove non ci sono distinzioni di classe e tutti vivono ugualmente bene<sup>194</sup>.

Dando sfoggio di standard di vita che non adotta durante il resto dell'anno, il turista contribuisce a creare una visione distorta della vita in occidente. In questo modo, come ha descritto Gianni Celati: *“Più di tutto ci prende alla sprovvista il fatto di essere bianchi. Perché siamo qui a rappresentare non quello che siamo o che crediamo di essere, ma quello che dovremmo essere in quanto bianchi (ricchi, potenti, moderni,*

---

<sup>194</sup> Cfr. G. Corna Pellegrini, *Turisti viaggiatori, per una geografia del turismo sostenibile*, cit. p.81

*compratori di tutto). E portiamo in giro questa rappresentazione come uno scafandro, ognuno nel suo scafandro che lo isola dal mondo esterno”<sup>195</sup>.*

Il turista responsabile non millanta ricchezze, è disposto ad un confronto, e quando racconta della propria vita a casa lo fa con sincerità.

## **12. IL RUOLO DEL TURISTA AL RITORNO**

La vacanza non si conclude con il rientro a casa, ci sono molti rituali che si consumano nel periodo che decorre dal ritorno alla nuova partenza.

Il turista responsabile, avendo capito lo spessore culturale di quello che ha visto, descrive il suo viaggio con onestà intellettuale, il suo scopo non è quello di mettere in mostra le sue prodezze ma piuttosto quello di rendere partecipi gli ascoltatori dei sentimenti e delle emozioni che ha provato.

In questo modo si fa portatore di una cultura diversa. La sua è stata un'esperienza concreta che l'ha toccato nel profondo, per questo è disposto ad impegnarsi e a farsi promotore di campagne di sensibilizzazione intorno ai problemi che flagellano queste terre.

---

<sup>195</sup> G. Celati, *Avventure in Africa*, in M. Bianchi, *L'arte del viaggio, ragioni e poesia di un turismo sostenibile*, cit. p.40

Concludendo potremmo schematizzare quanto fino qui emerso nella sottostante tabella:

<b><i>TURISTA TRADIZIONALE</i></b>	<b><i>TURISTA RESPONSABILE</i></b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La scelta del viaggio dipende soprattutto dal prezzo, in questo caso il turista sceglie soprattutto in base alla convenienza.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La scelta della località viene effettuata in base ai bisogni che s'intendono soddisfare, il prezzo, seppur importante, non ha un ruolo di primo piano.</li> </ul>	<b>PRIMA DELLA PARTENZA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Per il suo viaggio s'affida ad un tour operator che si occupa di tutto. Il viaggiatore non si deve preoccupare di niente. Il suo unico compito è quello di pagare.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Il turista responsabile sa che è indispensabile viaggiare informati. L'ideale sarebbe conoscere la lingua, la cultura, le problematiche socio-politiche...</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generalmente è portatore, consapevole o meno, di preconcetti che gli impediscono di entrare pienamente nella vita locale.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Già al momento della partenza il turista è consapevole che il luogo che andrà a visitare è diverso da casa sua ed è quindi già in partenza predisposto all'incontro con la gente.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• È un consumatore</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• È un consumatore critico<sup>196</sup></li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Per viaggiare s'affida a dei tour operators che sono tra i maggiori responsabili della mancanza di considerazione della gente del posto. Viene così trascinato in qualche villaggio turistico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• È interessato a conoscere veramente la gente del posto, è disposto a rinunciare a qualche comfort pur di entrare a pieno contatto con la realtà locale. Generalmente ricerca progetti di sviluppo che rispondano ai vincoli della sostenibilità.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generalmente affronta il viaggio spalleggiato da un numeroso gruppo di persone.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• È disposto a viaggiare in piccoli gruppi e in qualche caso da solo. Questo gli permette un incontro più approfondito con la gente del posto.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Quello che cerca è la tranquillità d'una rilassante vacanza, e per questo pretende di avere nel luogo di villeggiatura tutto quello che ha a casa, comprese le sue abitudini culinarie.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Il suo scopo è quello di capire come vivono le persone che incontra e per questo è disposto ad assaporare la cucina locale, uno degli elementi più importanti della cultura d'un popolo.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Spesso fa una vacanza 'mordi e fuggi', magari ripetuta più volte nell'anno.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crede nella necessità di concedersi tempo, assaporando poche cose alla volta.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Quando è in viaggio acquista qualunque cosa ricordi più o meno vagamente quel paese, è assalito dalla sete di portare a casa qualche souvenirs.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cerca d'acquistare i prodotti dell'artigianato locale, sostenendo le piccole cooperative di produzione</li> </ul>	

<sup>196</sup> critico è il consumatore che sceglie meticolosamente tutto quello che compera, sulla base di due criteri: la storia del prodotto e la condotta della casa produttrice (Cfr. Aa.Vv., *Boycott, scelte di consumo, scelte di giustizia, manuale del consumatore critico*, Macro edizioni, Torino 1992)

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generalmente non s'interessa alla vita locale.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se ha la possibilità sfrutta l'occasione per incontrare esponenti delle associazioni locali, gruppi di lavoro...</li> </ul>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">RITORNO</div>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• È assalito dalla necessità di documentare tutto quello che incontra con fotografie, filmati,...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La sua permanenza in loco è segnata dal pieno rispetto del mondo e della gente che lo circonda per questo prima di fotografare qualcuno chiede il permesso.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si sente un po' il conquistatore del paese che sta visitando, crede nella superiorità della sua cultura.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si pone in un rapporto di reciprocità con la gente che incontra.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vanta la propria disponibilità economica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• È consapevole del forte disequilibrio economico tra Nord e Sud del mondo e per questo non ostenta ricchezza e lusso stridenti rispetto al tenore di vita locale.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Il massimo del prestigio lo avvolge quando ritorna a casa e può vantarsi con parenti ed amici, mostrando le foto del suo avventuroso viaggio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• È consapevole del proprio ruolo politico, quello che ha visto gli è rimasto nel cuore e sentendosi in prima persona responsabile del forte divario economico tra Nord e Sud del mondo, si fa portatore d'una nuova cultura fondata sulla tolleranza, il rispetto e la collaborazione.</li> </ul>	

**Figura 2: in questa tabella vengono messe a confronto le principali caratteristiche dei due modi di fare turismo**

## CAPITOLO TERZO

# TURISMO INTERNAZIONALE E SVILUPPO

“Il mondo ha ancora i suoi compartimenti stagni, ma i passaggi fra loro sono molto più numerosi e meno attentamente protetti”<sup>197</sup>

### 1. PREVIE CONSIDERAZIONI TERMINOLOGICHE

In questo capitolo tratteremo il turismo quale fattore di aiuto per l'economia del terzo mondo. Per fare questo adopereremo termini quali *sviluppo* e *cooperazione internazionale*, concetti spesso usati impropriamente, con disinvoltura o superficialità. Per questo motivo riteniamo doveroso liberare il campo da alcuni dubbi terminologici. Quando si parla di *sviluppo* generalmente ci si riferisce all'idea di sviluppo di cui si è portatori, infatti due realtà culturali possono aver generato diversi concetti di sviluppo. “*La presunta naturalezza dell'idea che 'bisogna' crescere per svilupparsi viene però messa in crisi se si esce dal nostro guscio etnocentrico e ci si confronta con altre culture. Scopriamo allora che presso molte società non esiste neppure un termine linguistico che definisca tale concetto: presso i bubi della Guinea equatoriale per definire lo sviluppo si usa un termine che significa allo stesso tempo 'crescere' e 'morire', mentre in Ruanda lo stesso concetto viene espresso con il verbo 'marciare', 'spostarsi', senza che però venga mai indicata una direzione prestabilita. (...) I camerunesi di lingua eton*

---

<sup>197</sup> C. Geertz, *Opere e vite* in M. Aime, *Diario dogon*, Bollati Boringhieri, Torino 2000, p. 51

*lo traducono, con inconscio sarcasmo, con ‘il sogno del bianco’*<sup>198</sup>

Nella maggior parte dei casi ci si riferisce all'aumento della “*produttività, dell'accumulazione del capitale e del reddito reale pro-capite, gli aspetti più rilevanti dello sviluppo economico*”<sup>199</sup>, non a caso storicamente il mondo si è diviso tra paesi sviluppati e non, utilizzando come metro d'analisi il miglioramento economico cioè l'aumento del PIL (prodotto interno lordo) dei singoli paesi.

In ogni caso nessuna definizione è mai stata riconosciuta universalmente. Questo è un problema dato che non è remota l'ipotesi che nell'interazione cooperativa tra due realtà si scontrino anche diverse concezioni di sviluppo.

Il concetto di sviluppo è stato usato per la prima volta nel 1949 da Truman, che in questo termine comprendeva un più ampio modello economico (il libero mercato) e un'alleanza politica (il blocco occidentale)<sup>200</sup>. L'idea era quella che lo sviluppo dovesse attraversare delle tappe distribuite su di un continuum che va dalle società tradizionali a quella moderna capitalista. Si pensava infatti che la crescita del PIL avrebbe fatto ricadere i suoi effetti positivi su tutta la popolazione: creando nuovi posti di lavoro, maggiori opportunità economiche, standard di vita più elevati, con relativa diminuzione della povertà e delle disuguaglianze. Nel 1972, con il primo rapporto del *Club di Roma*, si parla di *limiti allo sviluppo*, cioè dell'impossibilità d'estendere lo sviluppo occidentale a tutta la popolazione del pianeta. Caduta la chimera dell'infalibilità del sistema economico occidentale, nasce un'idea di *sviluppo umano* che va oltre l'analisi della disponibilità di beni e servizi, coinvolgendo anche le libertà individuali e comunitarie. In questo modo lo sviluppo diventa un processo per la

---

<sup>198</sup> M. Aime, *Le radici nella sabbia*, EDT, Torino 1999, p.149

<sup>199</sup> L. Gallino, *Dizionario di sociologia*, Tea, Torino 1993, p.680

<sup>200</sup> Cfr G. Rist, *Le Développement. Historire d'une croyance occidentale*, Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques, Paris, 1996, ed. it.: *Lo sviluppo. Storia di una credenza occidentale*, Bollati Boringhieri, Torino 1997; Cfr. M. Aime, *Il concetto di sviluppo. Il mito fondante dell'occidente*, in *Nigrizia, il mensile dell'Africa e del mondo nero*, luglio-agosto 2002, p.56

promozione umana, il cui scopo è quello di permettere alle persone di poter impiegare le proprie capacità in tutte le dimensioni (civili, politiche, economiche, sociali e culturali)<sup>201</sup>. Si tratta quindi di un concetto in continua evoluzione, dinamico per natura ma empiricamente non verificabile. Nel 1990 si pubblica il primo rapporto sullo sviluppo umano (UNDP), che porta all'identificazione d'un concetto di sviluppo che pur partendo dall'analisi del PIL, prende in considerazione anche altre variabili: la longevità, la misura della speranza di vita alla nascita, lo standard di vita (PIL reale pro capite) e i risultati scolastici (misurato con un particolare calcolo che combina l'alfabetizzazione adulta con le iscrizioni ai vari livelli scolastici)<sup>202</sup>. Questo verrà chiamato *Indice di sviluppo umano* (ISU), in base al quale ogni anno viene stilata una graduatoria tra i paesi. L'ISU non tiene conto delle altre dimensioni che sono altrettanto importanti nel concetto di sviluppo umano, ma ha il pregio di essere calcolabile oggettivamente e in modo relativamente facile<sup>203</sup>. Si tratta di un indice che fornisce informazioni preziose ma che non deve essere confuso con il concetto di sviluppo umano.

Proprio per questo motivo l'UNDP negli ultimi anni, accanto alla *graduatoria dei paesi*, accosta una serie di dati riguardanti lo sviluppo umano: rapporti sui diritti umani, tendenze demografiche, struttura dei commerci, disoccupazione, ecc.

In questo lavoro, quando parliamo di *sviluppo*, ci riferiremo allo *sviluppo umano* nella sua concezione più ampia, che supera la dimensione strettamente economica per includere la tutela dei diritti umani e delle libertà fondamentali.

La seconda considerazione riguarda la *cooperazione internazionale*, realtà che ha avuto un ruolo propulsivo nella promozione del turismo

---

<sup>201</sup> Cfr. UNDP, *Human Development Report 1990*, New York, Oxford University Press; ed. it. *Rapporto sullo sviluppo umano 1990, come si definisce, come si misura*, Torino, Rosenberg & Sellier, p.11

<sup>202</sup> Cfr. J. Schunk, *Il ciclo del progetto*, in *Progettare la cooperazione allo sviluppo* a cura di UNIP, Rovereto 2002, p.2-5

<sup>203</sup> Cfr. M. Aime, *Le radici nella sabbia*, cit. p.2

quale risorsa per lo sviluppo nel sud del mondo. Si tratta d'interventi che possono essere di natura governativa (quindi pubblici) o fatti da organizzazioni non governative (le ONG). In entrambi i casi si tratta di azioni volte alla valorizzazione delle risorse disponibili e all'attivazione di processi di crescita e di promozione umana in zone fin ora escluse dai processi di sviluppo.

Il primo tipo di cooperazione si ha quando un organo pubblico d'un paese sviluppato trasferisce unilateralmente delle risorse finanziarie o tecniche, oppure cede beni o servizi senza ricevere nulla in cambio. Si tratta d'una cessione a tutti gli effetti, per il donatore una *perdita secca*<sup>204</sup>. Tuttavia la donazione seppur unilaterale può produrre dei ritorni in termini di condizioni più favorevoli per una reciproca collaborazione. Il secondo tipo invece, pur assumendo anch'esso valenza politica, è caratterizzato dalla collaborazione delle comunità del Nord e del Sud del mondo, si tratta ad esempio del lavoro delle numerosissime ONG<sup>205</sup> presenti sul territorio. Questo significa che non fanno cooperazione non governativa tutti i soggetti privati che investono capitali in terzo mondo per avere un tornaconto lucrativo<sup>206</sup>.

Molti di questi organismi si occupano di promozione del turismo sostenibile, consci del fatto che tanti paesi del Sud sono politicamente instabili. Essi si impegnano a richiamare l'attenzione dell'opinione pubblica sugli aspetti che non funzionano del nostro modello di sviluppo, stimolando stili di consumo consapevole anche in campo turistico.

Il ruolo delle ONG in campo turistico è a nostro avviso fondamentale. Da anni molte di loro lavorano quotidianamente a fianco delle comunità locali in progetti di sviluppo (generalmente si tratta di settori economici

---

<sup>204</sup> Cfr. A. Raimondi-G. Antonelli, *Manuale di Cooperazione allo Sviluppo, Linee evolutive, spunti problematici, prospettive*, cit. p. 91

<sup>205</sup> Organizzazioni Non Governative, sono caratterizzate dal fine solidaristico non lucrativo e dall'assenza di vincoli istituzionali rispetto ai governi e alle loro politiche.

<sup>206</sup> Cfr. A. Raimondi-G. Antonelli, *Manuale di Cooperazione allo Sviluppo, Linee evolutive, spunti problematici, prospettive*, cit. pp. 91-113

di base: l'agricoltura, la piccola imprenditoria locale, l'artigianato,...). Per questi motivi, vista soprattutto la pluriennale esperienza, queste organizzazioni possono essere dei validi intermediari tra chi opera nel campo turistico e i potenziali ospiti (per altro molte ONG, ormai da anni propongono viaggi-incontro di conoscenza, campi-lavoro in progetti nel Sud)<sup>207</sup>.

## **2. LA DIMENSIONE DEL TURISMO INTERNAZIONALE**

L'Organizzazione Mondiale del Turismo (WTO-OMT), definisce turista internazionale chi viaggia in un paese diverso da quello di residenza abituale, fuori dal suo ambiente, per un periodo di almeno 24 ore (che comprenda almeno una notte), ma non superiore ad un anno, il cui scopo di visita è diverso dall'esercitare un'attività remunerata entro il paese visitato. Secondo questo organismo, dal secondo dopoguerra il turismo è stato in continua crescita: nel 1950 i viaggiatori internazionali erano 25 milioni, per passare a 69 milioni nel 1960, 159 milioni nel 1970, 287 nel 1980; 327 nel 1985; 458 milioni nel 1990; 550 milioni nel 1995 per arrivare a 698 milioni nel 2000 (le statistiche dell'OMT non fanno distinzione circa le motivazioni, prendono in considerazione esclusivamente i visti d'ingresso, confondendo quindi chi viaggia per turismo e chi per altri scopi)<sup>208</sup>. Oltre tutto queste cifre si riferiscono solo ai transiti internazionali, ai quali vanno aggiunti gli spostamenti interni, che secondo l'OMT sarebbero addirittura di ben 8 volte superiori a quelli internazionali<sup>209</sup>.

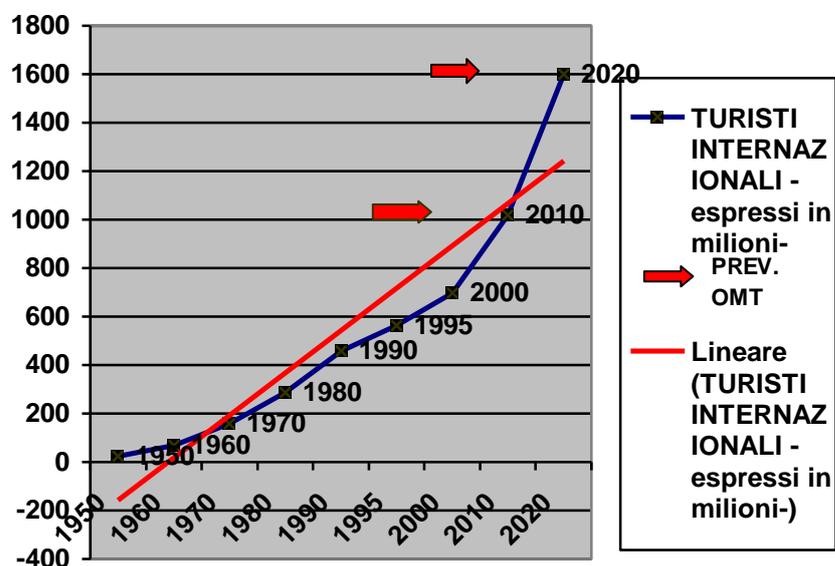
Secondo le previsioni i turisti internazionali dovrebbero raggiungere il miliardo entro il 2010, e superare il miliardo e mezzo intorno al 2020.

---

<sup>207</sup> Vedi allegato

<sup>208</sup> [www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org)

<sup>209</sup> Cfr. *Viaggiare, che passione: turismo responsabile e cooperazione internazionale*, in [www.homoturistics.com](http://www.homoturistics.com)



Dall'impennata della curva sul grafico si può notare quanto quest'attività si sia sviluppata ed ampliata in questi anni. Il turismo (sommando i movimenti interni ed internazionali) fa fare poco meno di sei miliardi di spostamenti all'anno, occupando 100 milioni di lavoratori e portando un fatturato pari al 6% (circa) del PIL dell'intero pianeta<sup>210</sup>. Si tratta di un'attività economica veramente grandiosa che nell'economia mondiale si colloca come seconda voce dello scambio economico globale, dopo il settore energetico e alla pari con l'industria automobilistica<sup>211</sup>.

Il turismo, tra i vari settori del terziario è quello destinato ad avere l'incremento maggiore nei prossimi anni, diventando la prima voce dell'export mondiale nel 2010, anno in cui si stima che 800-900 milioni di persone si sposteranno annualmente all'estero per turismo<sup>212</sup>. Si tratta

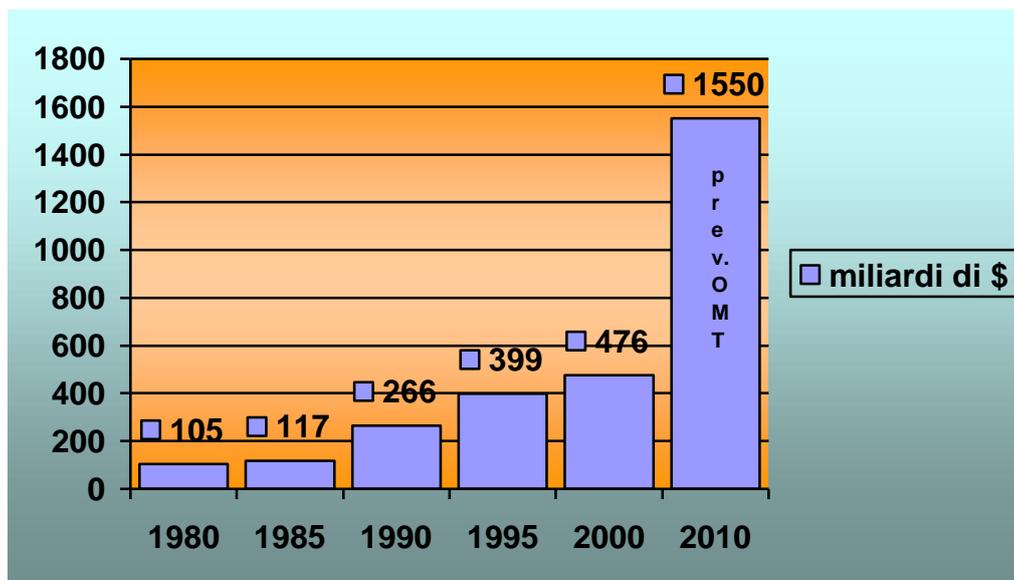
<sup>210</sup> Cfr. D. Canestrini, *Andare a quel paese*, Feltrinelli Traveller, Milano 2001, p.7-8

<sup>211</sup> Cfr. Jean-Pierre Lozato Giotart, *Geografia del turismo, dallo spazio visitato allo spazio consumato*, Franco Angeli, Milano 1999, passim

<sup>212</sup> Cfr. [www.word-tourism.org](http://www.word-tourism.org)

d'un'attività economica che cresce molto velocemente con un incremento annuale del 9% (calcolato sui valori degli ultimi sedici anni)<sup>213</sup>.

Il grafico sottostante ci fa vedere l'andamento degli introiti derivati dal turismo, in miliardi di \$, (dalla stima sono escluse le spese di trasporto).



Il traffico internazionale però non riguarda tutte le nazioni allo stesso modo, perché il turismo, come qualsiasi altra attività economica, risente molto del potere d'acquisto e quindi va ad interessare i paesi più ricchi: il nord del pianeta<sup>214</sup>. Anche le principali destinazioni turistiche sono nei paesi del Nord, che ricevono il 70% dei turisti e incassano il 72% del fatturato del settore.<sup>215</sup>

<sup>213</sup> ibi

<sup>214</sup> Cfr. Jean-Pierre Lozato-Giotart, *Geografia del turismo, dallo spazio visitato allo spazio consumato*, cit., pp. 27-42;

<sup>215</sup> Cfr. [www.homoturistics.com](http://www.homoturistics.com)

Il fatturato del turismo internazionale ha raggiunto i \$ 476 miliardi nel 2000, con un incremento del 4.5% rispetto all'anno precedente. Il fatturato medio per turista è di \$ 680<sup>216</sup>.

Nonostante l'80% del turismo internazionale sia alimentato da soli 20 stati, rimane un settore molto importante nell'economia a livello mondiale<sup>217</sup>. I flussi turistici più abbondanti sono in Europa, un po' grazie alla ricchezza disponibile (vistosamente superiore a quella di altri continenti) ma anche grazie alla lunga tradizione di viaggi, consolidata attraverso cinque secoli di colonialismo<sup>218</sup>.

Un mercato colossale basato sui movimenti delle persone con un giro d'affari che è sempre meno portatore di benessere economico ma che continua a consumare beni e risorse di tutti (beni e risorse per altro indispensabili alla sua stessa sopravvivenza)<sup>219</sup>. Ma chi sono i beneficiari di tutti questi profitti?

### **3. IL TURISMO È MONOPOLIO DELLE MULTINAZIONALI?**

Verso gli anni settanta-ottanta alcuni imprenditori, con enormi capacità di spesa, hanno investito capitali nel '*mondo turisticamente interessante*'. Le loro imprese si chiamano multinazionali, aziende che riescono a fornire ai clienti tutti i servizi di cui hanno bisogno: dai trasporti, alla ristorazione, all'intrattenimento<sup>220</sup>. Si tratta d'organismi con filiali in tutto il mondo, con un potere politico-economico che spesso sfugge al controllo dei governi degli stati in cui si sono insediate,

---

<sup>216</sup> Cfr. [www.word-tourism.org/market\\_research/data/pdf/HighlightsUpdatedEngl](http://www.word-tourism.org/market_research/data/pdf/HighlightsUpdatedEngl)

<sup>217</sup> Cfr. D. Canestrini, *Andare a quel paese, vademecum del turista responsabile*, cit. p.8

<sup>218</sup> Cfr. R. Garrone, *Turismo responsabile: nuovi paradigmi per viaggiare in terzo mondo*, associazione RAM, 1996, p.34

<sup>219</sup> Cfr. M. Bianchi, *L'arte del viaggio, ragioni e poesia di un turismo sostenibile*, Mc, Milano 1998, p. 21

<sup>220</sup> Cfr. R. Garrone, *Turismo responsabile: nuovi paradigmi per viaggiare in terzo mondo*, cit.

e con una capacità contrattuale tale da riuscire a superare il livello di sovranità reale<sup>221</sup>.

Queste aziende transnazionali possono arrivare a fatturare più del PIL d'interesse nazionali, *“il fatturato nel 1984 della Thomson, per esempio, è stato ben 4 volte il PNL (prodotto nazionale lordo) dello stato del Gambia”*<sup>222</sup>.

Infatti nei Paesi del Sud, la maggioranza degli hotel di media-alta qualità sono proprietà di multinazionali, (soprattutto statunitensi) in genere collegate ad altre attività per il tempo libero o collaterali, come le compagnie aeree o di navigazione, le ferrovie ecc.

L'americana TWA controlla la Hilton International, la Lufthansa gli hotel Kempinsk, e via dicendo. Questo accade perché nella maggior parte dei paesi in via di sviluppo esiste la libera circolazione dei capitali (su imposizione del FMI e della BM), che di fatto agevola gli investimenti stranieri. *“Secondo i dettami del liberismo, gli stati concedono agli investitori esteri di esportare i profitti conseguiti. Varia la percentuale esportabile (in certi casi fino al 100%) ma il meccanismo è consolidato, mirato ad invitare il capitale ed il know how stranieri, visti come chiave per lo sviluppo”*<sup>223</sup>.

In qualche paese esiste, per l'investitore straniero, anche l'esenzione dalle tasse (ad esempio a Santo Domingo), si tratta di veri e propri paradisi generalmente creati nella speranza che queste attività funzionino da input per tutta l'economia locale. Il risultato è che molte aziende organizzano la propria attività all'estero e se ne ritornano a casa con il 100% dei profitti, senza riconoscere alcun tornaconto alla realtà che le ospita. Per capire l'entità del problema basta osservare quanto è accaduto nei comuni litoranei del bacino mediterraneo nord-occidentale dove, dal 10 al 50% della proprietà fondiaria è in mano a proprietari

---

<sup>221</sup> Per il chiarimento di questo concetto rimandiamo al paragrafo *Il turismo è una nuova forma di colonialismo?*

<sup>222</sup> R Garrone, *Turismo responsabile: nuovi paradigmi per viaggiare in terzo mondo*, cit. p. 50

<sup>223</sup> ibi p. 82

esterni<sup>224</sup>. Un processo economico perverso che ha spinto alcuni stati a tentare di proteggersi ponendo delle remore all'investimento degli stranieri, come l'obbligo, per qualsiasi attività, d'essere a maggioranza locale. Ma questi tiepidi vincoli non sono sufficienti a garantire la tutela della cultura e dell'ambiente, anche perché generalmente sono aggirabili, in questo caso ad esempio, ricorrendo all'uso di *prestanome*<sup>225</sup>.

Per questi motivi anche le multinazionali sono responsabili dell'ingiustizia economica mondiale e dell'inquinamento planetario. Esse sostengono la liberalizzazione del mercato che in realtà maschera una nuova forma di dipendenza culturale-politico-economica dei paesi in via di sviluppo dai vecchi colonizzatori. Si tratta d'un meccanismo che può condurre all'appiattimento culturale, dove le strutture d'accoglienza e le tradizioni locali andrebbero poco a poco a scomparire, lasciando la popolazione locale ai margini del processo economico con i danni provocati all'ambiente e alla cultura<sup>226</sup>.

Viene quindi a mancare l'effetto moltiplicatore: il turismo non va ad aiutare le altre attività anzi, le indebolisce ulteriormente, basta osservare alcune delle sue più classiche conseguenze: aumento del valore dei terreni, sconvolgimento totale dell'utilizzo delle proprietà fondiarie e del suolo e inoltre generalmente crea un profondo divario dei redditi nei diversi settori d'impiego che può causare contrasti all'interno della stessa realtà culturale<sup>227</sup>. Il discorso cambierebbe radicalmente se l'organizzazione turistica fosse riservata ai locali, magari studiando forme d'offerta rispettosa dell'ambiente e delle tradizioni. Solo in questo caso, si potrebbe pensare al turismo come motore di sviluppo per le aree povere.

---

<sup>224</sup> Cfr. Jean-Pierre Lozato-Giotart, *Geografia del turismo, dallo spazio visitato allo spazio consumato*, cit. p.209

<sup>225</sup> R Garrone, *Turismo responsabile: nuovi paradigmi per viaggiare in terzo mondo*, cit. pp.50-52

<sup>226</sup> Cfr. A. Savelli, *Sociologia del turismo*, cit. pp.374-377

<sup>227</sup> Cfr. Jean-Pierre Lozato-Giotart, *Geografia del turismo, dallo spazio visitato allo spazio consumato*, cit. p.186-191

#### 4. TURISMO INTERNAZIONALE E TERZO MONDO

*“Per la prima volta abbiamo la capacità tecnica di liberare l’umanità dal flagello della fame in una decina di anni”*<sup>228</sup>. Queste parole sono state pronunciate da Herry Kissinger nel 1974 alla conferenza della FAO di Roma. Se già nel 1974 esisteva la *capacità tecnica* di superare il flagello della fame nel mondo, allora significa che non c’è stata la *volontà pratica*, visto che i dati sulla disuguaglianza globale sono tuttora impressionanti: al 20% della popolazione mondiale vanno quattro quinti della ricchezza prodotta, mentre al 20% più povero, solamente l’1,4%. Nel 1913 il divario tra ricchi e poveri era i 11 a 1; nel 1960 di 30 a 1, nel 2000 di 74 a 1<sup>229</sup>.

I dati rivelano che la distanza tra ricchi e poveri sta diventando sempre più ampia, come quella tra Nord e Sud del mondo. I paesi del terzo mondo comprendono il 80% della popolazione mondiale (secondo l’UNDP, le persone che non superano il limite della povertà - cioè che devono sopravvivere con meno d’un dollaro al giorno - sono un miliardo<sup>230</sup>) e dispongono del 20% delle risorse, mentre il Nord è composto da circa il 20% dell’umanità (più o meno un miliardo d’individui) e ha diritto all’80% delle risorse<sup>231</sup>. Questi dati della Banca Mondiale, pubblicati sul rapporto Brandt nel 1980, hanno quindi più di vent’anni, ma ci mostrano una verità che ai giorni nostri è addirittura peggiorata.

Nel 1998, infatti, secondo il rapporto dell’ONU sullo sviluppo umano, *“il livello di spese per i consumi pubblici e privati ha raggiunto i 24 mila miliardi di dollari, due volte il livello del 1975, sei volte quello del*

---

<sup>228</sup> M. Aime, *Le radici nella sabbia*, EDT, Torino 1999, p.93

<sup>229</sup> Cfr. E. Chiappero Martinetti-A. Semplici, *Umanizzare lo sviluppo. Dialogo a più voci sullo sviluppo umano*, Rosenberg & Sellier, Torino 2001, p.73 e ss.

<sup>230</sup> Cfr. [www.undp.org/rblac/targets](http://www.undp.org/rblac/targets)

<sup>231</sup> Cfr. F. Carbone, *I coralli sono morti, viaggiare sapendo dove andare*, Stampa alternativa, Roma Ottobre 1999, Cfr.

1950. Ai margini di tale esplosione dei consumi, ben oltre un miliardo di persone è stato privato dei beni essenziali. Nei paesi del Sud del mondo (4,4 miliardi di persone su 6), un terzo della popolazione non ha accesso all'acqua potabile, tre quinti non ha infrastrutture igieniche di base, un quarto non ha un'abitazione decente"<sup>232</sup>. In molti si sono interrogati sui meccanismi economici che possono portare ad una distribuzione più equa delle risorse che garantisca a tutti una vita dignitosa. Nel corso dei lavori delle Nazioni Unite alla conferenza di Rio de Janeiro sull'ambiente e sullo sviluppo del 1992, è emerso che questo può accadere solo se tutti i paesi (anche e soprattutto quelli ricchi) adottassero una strategia comune che favorisca gli investimenti e la cooperazione tra nazioni<sup>233</sup>. In questo ragionamento anche il turismo può essere un tassello importante per avviare un meccanismo di ripresa economica capace di portare un effettivo miglioramento delle condizioni di vita nei paesi del terzo mondo.

Questo non significa che l'impresa turistica, da sola, possa determinare la sorte di interi paesi, quanto piuttosto che la relativa ricchezza prodotta da questa attività, sommata ad altri capitali, può essere reinvestita avviando un circolo importante.

Questo sarebbe possibile, se la politica internazionale non tendesse a mantenere inalterata l'egemonia dei paesi occidentali nei confronti del terzo mondo, portando anche il turismo ad essere uno strumento di neocolonizzazione che non porta alcun beneficio alle comunità ospitanti<sup>234</sup>.

Abbiamo visto che storicamente il viaggio era per lo più *viaggio culturale* che interessava soprattutto l'Europa, era nel vecchio continente che si sviluppavano partenze ed arrivi. Dagli anni cinquanta-sessanta le cose sono cambiate ed i paesi del Sud del mondo, dipinti dalle agenzie di

---

<sup>232</sup> M. Bianchi, *L'arte del viaggio, ragioni e poesia di un turismo sostenibile*, cit. p. 27

<sup>233</sup> Cfr. [www.ambienteitalia.it/agende21](http://www.ambienteitalia.it/agende21)

<sup>234</sup> Cfr. A. Savelli, *Sociologia del turismo*, cit.

viaggio come meravigliosi paradisi tropicali, ricchi di colori e musica, sono diventati delle mete importanti per il turismo internazionale.

Questo cambio di tendenza è stato avvantaggiato dall'ONU che nel 1967 lancia *l'anno del turismo*<sup>235</sup>, la cui finalità ufficiale era quella di favorire lo sviluppo turistico per portare ricchezza nel Sud. In realtà, l'obiettivo raggiunto fu quello di creare nuovi mercati per il Nord, aiutando (tra gli altri) i costruttori d'aerei ad avere nuovi, redditizi sbocchi. Dopo questa presa di posizione delle Nazioni Unite, chiaramente a favore degli investimenti stranieri, molti paesi in via di sviluppo permisero l'ingresso di capitali esterni senza preoccuparsi dell'impatto economico, sociale e ambientale che questa nuova attività avrebbe comportato.

Attraverso questo meccanismo, sono sorte una serie di catene alberghiere (in buona misura nelle ex colonie), che accumulano ricchezza senza lasciare nulla al paese ospitante. L'industria turistica mondiale (concentrata nel Nord del pianeta) sembra quindi muoversi con l'unico obiettivo del profitto, non si cura dei propri costi sociali ed ambientali celandosi dietro la finta convinzione che *il turismo è per il Sud un'opportunità positiva*<sup>236</sup>.

## **5. IL TURISMO È UNA NUOVA FORMA DI COLONIALISMO?**

Molti paesi in via di sviluppo interessati dal fenomeno turistico sono delle ex colonie, dove i colonizzatori occidentali negli anni di occupazione, hanno inculcato ai locali la chimera della loro superiorità umana<sup>237</sup>. D'altra parte la tecnologia, la capacità di spesa e il benessere proprio della vita degli stranieri hanno contribuito ad alimentare questa

---

<sup>235</sup> Cfr. R. Garrone, *Turismo responsabile: nuovi paradigmi per viaggiare in terzo mondo*, cit. p.245

<sup>236</sup> Cfr. Jean-Pierre Lozato-Giotart, *Geografia del turismo, dallo spazio visitato allo spazio consumato*, cit. p. 233

<sup>237</sup> Cfr. R. Garrone, *Turismo responsabile: nuovi paradigmi per viaggiare in terzo mondo*, p.84-85

subalternità etnica e razziale che spesso tra la gente è ancora presente. Il turista infatti gode della sudditanza psicologica che ancora molti locali hanno nei suoi confronti. Ogni indigeno, ovunque viva, conduce una vita diversa da quella del potenziale turista, generalmente la sua esistenza è segnata dagli stenti ai quali vorrebbe trovare una scappatoia<sup>238</sup>: anche lui vorrebbe un periodo di riposo, vorrebbe potersi concedere un viaggio. Ma alcuni locali, la maggior parte, non possono andare da nessuna parte. Sono troppo poveri per poter sfuggire alla realtà della loro vita; e sono troppo poveri per vivere decentemente a casa loro. *“L’uomo del sud del mondo è occidentalizzato per i suoi desideri, per i suoi punti di riferimento immaginari, per il fascino che esercitano le città e i modelli di consumo”*<sup>239</sup>. Per questo il turista è invidiato, perché ha la possibilità di fare quello che a loro non è concesso<sup>240</sup>. Appare evidente che anche questo contribuisce a mitizzare l’occidentale bianco, bello e soprattutto danaroso.

Da sempre il turismo ha prodotto lacerazioni, ha stravolto o modificato equilibri esistenti<sup>241</sup> da millenni, introdotto concetti di *civiltà* a senso unico, cancellato o stravolto usanze e tradizioni<sup>242</sup>. Ma il problema principale si ha quando il turismo si trasforma in neocolonialismo. Dopo la seconda guerra mondiale ci fu un lento processo di decolonizzazione che portò alla nascita di nuovi stati indipendenti ma non all’emancipazione delle vecchie colonie. Infatti l’analisi del sistema politico ed economico internazionale, evidenzia l’esistenza d’un nuovo tipo di soggezione delle ex colonie: il neocolonialismo. Con questo termine *“si intendono tutti i rapporti politici ed economici volti a perpetuare o ristabilire il controllo economico e lo sfruttamento da*

---

<sup>238</sup> Cfr. J. Kincaid, *Un posto piccolo*, Adelphi, Milano 1998, pp. 26-27

<sup>239</sup> S. Latouche, *L’occidentalizzazione del mondo*, Bollati Boringhieri, Torino 1992, p.94

<sup>240</sup> Cfr. R. Garrone, *Turismo responsabile: nuovi paradigmi per viaggiare in terzo mondo*, passim

<sup>241</sup> Cfr. M.C. Mansperger, *Tourism and cultural change in small-scale societies*, in *Human organization*, Vol 54 n. 1, spring 1995

<sup>242</sup> Cfr. Documentazione web, *Viaggiare che passione*, dal sito [www.homoturistics.com](http://www.homoturistics.com)

*parte di una potenza sui territori già sottoposti a proprio (o altrui) dominio*”<sup>243</sup>.

A tal proposito il turismo ha generato situazioni di vero e proprio imperialismo, importando in paesi stranieri servizi e strutture del tutto estranee alla cultura locale<sup>244</sup>. Oltre tutto, come abbiamo già avuto modo di vedere, le organizzazioni capitaliste occidentali tendono a monopolizzare il mercato turistico fornendo all’utente tutto quello di cui necessita: dal viaggio, all’albergo, agli intrattenimenti, etc.

Per ottenere questo, le grandi compagnie cercano di controllare le élites locali, condizionandone le scelte politiche e utilizzandole come pedine per mantenere potere e privilegi.

Altri elementi di neocolonialismo li possiamo trovare nell’impiego di gente non locale nelle cariche di prestigio.

Generalmente questi posti di lavoro, particolarmente redditizi, vengono riservati a personale residente all’estero, in loco solo durante la stagione<sup>245</sup>. Oltre tutto si registra la tendenza negli operatori del settore ad indurre nei gruppi locali comportamenti tradizionali delle minoranza etniche, creando il fenomeno *dell’etnicità ricostruita*<sup>246</sup>.

---

<sup>243</sup> A. Raimondi-G. Antonelli, *Manuale di Cooperazione allo Sviluppo, Linee evolutive, spunti problematici, prospettive*, Sei, Torino 2001, p.12

<sup>244</sup> Cfr. D. Nash, *tourism as a Form of imperialism*, in V. L. Smith, *Hosts and Guests, The anthropology of tourism*, university of Pennsylvania Press, Philadelphia 1989

<sup>245</sup> Cfr. A. Savelli, *Sociologia del turismo*, cit.

<sup>246</sup> Con questo termine si intende identificare quel processo che spinge i locali a rievocare comportamenti tipici del passato per compiacere e divertire i turisti. Cfr. M. Aime, *Diario dogon*, Bollati Boringhieri, Torino 2000, passim

## **6. IL TURISMO RAPPRESENTA VERAMENTE UNA POSSIBILITÀ DI SVILUPPO PER I PAESI DEL TERZO MONDO?**

*“Il turismo innegabilmente funziona da forza motrice nello sviluppo mondiale. [...] Per quanto riguarda i paesi in via di sviluppo il turismo internazionale è senza dubbio in testa alle opportunità generatrici d’impiego, e costituisce la fonte di valuta straniera più facilmente sfruttabile onde finanziare i propri investimenti (interni) o per ridurre il debito estero, (...ma) se si tratta di contribuire ad uno sviluppo sostenibile, chiaramente il turismo dev’essere ben concepito. [...] Giocare la carta turismo garantisce una strategia vincente (...) agli amministratori pubblici ed a coloro che prendono le decisioni nei paesi in via di sviluppo. Allo stesso modo (il turismo) si dimostra (strategia) azzeccata per la comunità internazionale che assiste i paesi in via di sviluppo attraverso il sistema ONU”<sup>247</sup>. Queste parole sono state pronunciate da A. Enriquez Savignac, già segretario generale dell’OMT, il quale crede (o fa finta di credere) che il turismo sia fonte di valuta straniera per finanziare gli investimenti interni. Anche recentemente sul sito dell’OMT, si trova un comunicato, datato 1 luglio 2002, dove il segretario generale, Francesco Frangialli, e quello dell’UNCTAD (Conferenza delle Nazioni Unite sul il Commercio e lo sviluppo), Rubens Ricupero, ritengono doveroso un intervento dell’ONU per la riduzione della povertà.*

In questo documento i due organismi dichiarano d’essere preoccupati circa l’aumento della povertà tra la gente nei paesi del terzo mondo e vedono nel turismo sostenibile lo strumento chiave per risolvere questo problema.

---

<sup>247</sup> A. E. Savignac, *Tourism, a force for word development* in *The WTO and Technical Cooperation – Objectives and procedures*, WTO, Madrid 1992. In R. Garrone, *Turismo responsabile, nuovi paradigmi per viaggiare in terzo mondo*, Associazione Ram, 1996 p. 65-66

Il settore turistico infatti, dichiara Frangialli, è perennemente in crescita, produce ricchezza e permette l'incontro tra culture diverse, a tal proposito è stata prevista un'iniziativa dal titolo: *Turismo sostenibile come strumento per eliminare la povertà*, che è stato presentato alla conferenza mondiale sullo sviluppo sostenibile tenuta quest'anno a Johannesburg<sup>248</sup>.

L'interesse dell'organizzazione mondiale del turismo sul turismo sostenibile, almeno sul piano teorico, sembra innegabile. Quello che però ci sembra mancare è l'impegno concreto per far sì che questi non rimangano dei buoni propositi.

Il turismo infatti è di per sé un possibile portatore di benessere ma se, e solo se, i soldi entrati attraverso di esso funzionassero da volano, cioè se venissero reinvestiti nelle economie locali. Questo però non accade spesso, nella maggior parte dei casi i proventi finiscono nelle mani delle élite legate alle multinazionali.

L'OMT suggerisce di sfruttare le ricchezze naturali offrendole ai vacanzieri, ma il turismo millantato da quest'organizzazione è quello di massa, quello che porta alla cementificazione delle coste e alla crescita illimitata, non certo alla sostenibilità!

L'OMT infatti, è un organismo internazionale che non appoggia la gente perché è sostenuto dai governi e, come sappiamo ben pochi governi del sud rappresentano il popolo<sup>249</sup>.

Inoltre il turismo, in questi paesi, è sostenuto totalmente da clienti occidentali, questo procura non pochi problemi alle già fatiscenti economie: la minima recessione occidentale fa calare i viaggi verso mete lontane, l'idea più o meno reale dell'instabilità politica devia le partenze verso altre destinazioni, basta lo spettro del minimo problema sanitario (magari gonfiato dalle campagne stampa), per far calare a picco l'intera industria turistica d'un paese.

---

<sup>248</sup> [www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org)

<sup>249</sup> Cfr. R. Garrone, *Turismo responsabile: nuovi paradigmi per viaggiare in terzo mondo*, cit.67-69

Oltretutto le mete turistiche sono soggette alle imposizioni delle mode: quello che è *trendy* un anno può non esserlo l'anno dopo, questo porta enormi disagi laddove il miraggio dello sviluppo stimola ingenti investimenti in questo settore, 'perdere una stagione' per alcuni paesi significa non aver alcun tornaconto.

Questi problemi rendono molto aleatorio il guadagno legato al settore turistico che in molti casi, soprattutto grazie agli investimenti delle multinazionali, sarebbe comunque insufficiente. Gli abitanti ricevono quindi pochi benefici diretti, e quelli indiretti vengono compensati dall'aumento del costo della vita conseguente allo sviluppo turistico stesso. Infatti, storicamente con l'avvento del turismo si assiste all'aumento generalizzato dei prezzi, rendendo alcuni beni, tanti dei quali erano un tempo accessibili a tutti, praticamente inutilizzabili dai locali. Questo favorisce l'aumento della povertà tra la popolazione (un esempio è quello legato alla pesca e alla vendita di pesce, con l'arrivo dei turisti il pesce aumenta il suo valore e diventa impossibile acquistarlo o andarlo a pescare)<sup>250</sup>.

Giunti a questo punto, si fa strada una piccola, maliziosa riflessione: non è che il piccolo residuo di denaro rimasto sul posto, serva solo ad aumentare le disparità sociali, piuttosto che a ridurle?

## **7. IL FUTURO DEL TURISMO**

Quale sarà il futuro del turismo, quali saranno le esigenze dei nuovi viaggiatori?

Non crediamo che ci sia qualcuno in grado di rispondere a questa domanda, anche se qualche previsione per l'avvenire, viste le riflessioni emerse fino a questo punto, si può fare.

---

<sup>250</sup> Cfr. G. Rossi, *Storia e psico-sociologia del turismo*, cit.

Forse la strada più sicura per chi vuole investire nel turismo è proprio quella del turismo responsabile, le motivazioni non stanno tanto nella sfera morale quanto in un presupposto economico.

Abbiamo visto che il futuro del turismo è strettamente correlato al mondo del lavoro e del tempo libero; solamente chi dispone di tempo e denaro si può permettere di fare vacanza, una società che non riconosce l'importanza dell'*otium*, o che non se lo può permettere, non dà importanza nemmeno al turismo.

La rivoluzione tecnologica comporterà una riorganizzazione del lavoro che ben presto, poco o tanto, andrà ad interessare anche i settori ricreativi. Uno studio fatto a Ginevra dalla Federazione internazionale dei lavoratori metallurgici rivela che tra trent'anni solo il 2% dell'attuale forza lavoro basterà per produrre l'intero fabbisogno di merci<sup>251</sup>. Se questo avvenisse la gente si potrebbe dedicare ai propri interessi extra-lavorativi, ma non disporrebbe del denaro per farlo.

Si avvererebbe il paradosso evidenziato da K. Marx: una sovrapproduzione di beni in una società senza consumatori<sup>252</sup>; nel nostro caso una vasta proposta di ferie per gente che non se le può permettere.

Se questo è il percorso storico che ci spetta anche il settore turistico ne risentirà notevolmente: ci sarà meno gente disposta a spostarsi (questo risolverà il problema della congestione), chi farà turismo si troverà in contesti dove il contatto con il locale sarà più forte, visto che non avrà modo di isolarsi con soli turisti, presumibilmente non ci sarà più la corsa delle grandi aziende ad investire in imponenti strutture d'accoglienza e questo favorirà i piccoli alloggi a conduzione familiare, ecc.

---

<sup>251</sup> Cfr. J. Rifkin, *La fine del lavoro*, Baldini & Castoldi, Milano 1997, pp. 23-40

<sup>252</sup> Cfr. D. Canestrini, *Andare a quel paese*, cit. p.84

**PARTE SECONDA**  
**RILEVAZIONE EMPIRICA**

## CAPITOLO QUARTO

# IL CONTESTO STORICO-CULTURALE E SOCIALE DI UN'ESPERIENZA: TREMEMBE', CEARÀ, BRASILE

“Nunca devemos desistir de lutar por aquilo que queremos, pois a insistência muitas vezes pode nos levar à conquista.”<sup>253</sup>

### 1. INQUADRAMENTO SOCIO-TERRITORIALE DELL'AREA OGGETTO D'INDAGINE

Il Brasile, nome ufficiale *República Federativa do Brasil*, è diviso amministrativamente in 26 stati e un distretto federale. La capitale è Brasilia, altre città importanti sono: Sao Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Salvador, Porto Alegre, Recife, Manaus. Si tratta d'una repubblica federativa. La sua superficie occupa quasi la metà del territorio dell'America del Sud. Il paese è conosciuto soprattutto per il suo mare, la sua natura oltre che per quel qualcosa che distingue il popolo brasiliano, il loro atteggiamento nei confronti della vita: rilassarsi, lasciarsi andare, vivere alla giornata.

Il Brasile è il risultato di secoli di storia che lo hanno visto vittima di ruberie, predazioni e scempi, dove i popoli autoctoni che lo abitavano sono stati uccisi e deportati poco a poco, un vero e proprio genocidio. Colonizzato dai portoghesi (ma interessato anche da migrazioni da altri

paesi), il Brasile è stato anche meta principale per i mercanti di schiavi<sup>254</sup> africani, che venivano impiegati nella raccolta della canna da zucchero, del caffè, nelle miniere d'oro.

Pertanto i brasiliani traggono radice dall'integrazione etnica e culturale tra indigeni (fondamentalmente Guarani), africani ed europei (in maggioranza portoghesi) e, nell'asse Rio -Sao Paulo, asiatici (arabi e giapponesi); infatti la popolazione attuale è *miscigenada* (meticciata). Vengono usati diversi termini per distinguere i diversi tipi *mestiçagem*: *cafuso*<sup>255</sup>, *mameluco*<sup>256</sup>, *crioulo*, *moreno*<sup>257</sup> e *pardo*<sup>258</sup>.

In questo paese vi è la libertà di culto e, spesso, la religione cattolica (che detiene la maggioranza delle adesioni) viene mescolata con riti di origine africana, in forme religiose sincretiste (*macumba*<sup>259</sup>, *umbanda*<sup>260</sup> e *candomblé*<sup>261</sup>).

Segnato da un ventennio di dittatura militare che si reggeva sul terrore, adoperando sistematicamente la tortura, l'assassinio politico e il terrorismo per intimorire ed eliminare gli avversari politici, il paese è caduto in una spaventosa crisi economica che ha aperto la strada alle grandi aziende internazionali che si sono arricchite portandosi via ogni tipo di minerali e petrolio. Il Brasile è anche il paese dove pochissimi latifondisti, il quattro per cento dell'intera popolazione sono proprietari

---

<sup>253</sup> “Non dobbiamo smettere di lottare per quello in cui crediamo, poiché l'insistenza molte volte ci può portare alla conquista” proverbio popolare brasiliano stampato dietro le tessere del telefono pubblico.

<sup>254</sup> Gli schiavi sono stati un gruppo sociale senza espressione, oggetti di costante disprezzo, emarginati per il colore della loro pelle che è diventata ed è tuttora fonte di discriminazione.

<sup>255</sup> Figlio di indio/a e di nero/a.

<sup>256</sup> Figlio di indio/a e di bianca/o.

<sup>257</sup> Crioulo e moreno spesso sono usati per indicare il nero discendente dagli africani, eufemismi dietro i quali talvolta si maschera un vero razzismo, (*Parlo Brasiliano*, op. cit. pag. 9).

<sup>258</sup> Figlio di bianco/a e di nera/o.

<sup>259</sup> Termine generico che designa qualsiasi pratica religiosa fondata su culti afrobrasiliani sincretizzati; talvolta indica impropriamente la magia nera e/o il *candomblé*.

<sup>260</sup> Commistione di *candomblé*, cattolicesimo, credenze indigene e spiritismo. Si è sviluppata soprattutto a S. Paolo e Rio. Gli spiriti dei *caboclos* (indigeni) e dei *pretos velhos* (antichi schiavi, antenati) si manifestano nel corpo degli iniziati attraverso il trance.

<sup>261</sup> È diffusa soprattutto in Salvador, è la religione africana portata in Brasile dai neri yoruba, le sue divinità (orixàs) sono legate agli elementi della natura. Ogni dio ha un colore e un giorno della settimana a lui dedicati e riceve cibi e offerte particolari. La danza è uno degli elementi più importanti delle celebrazioni.

dei due terzi delle terre del paese. I grandi proprietari sono vissuti da sempre all'ombra della protezione del governo che li ha favoriti con sussidi, esenzione dalle tasse. Questo perché i latifondisti costituiscono un'élite che da sempre si oppone a qualsiasi riforma sociale e politica che possa compromettere i propri privilegi, e lo possono fare grazie a corruzione, connivenze di politici, polizia e giudici<sup>262</sup>.

Il risultato di tutto questo è che adesso il Brasile è uno degli stati del Sudamerica con il più alto tasso d'analfabetismo, il 18,9% della popolazione non sa né leggere né scrivere, dove si registra una consistente mortalità infantile<sup>263</sup>: 36 su 1.000, dove la speranza di vita<sup>264</sup> è di 67 anni. La media dei figli per donna nel 1998 era di 2,3, valore superiore di 0,2 punti percentuali al *livello di rimpiazzo delle generazioni* calcolato in 2,1 figli per donna. Il Brasile è interessato da una importante crescita demografica, dovuta sia alla diminuzione della mortalità (grazie soprattutto all'avvio della medicina moderna) che alla relativa diminuzione della fecondità. Le stime di crescita dell'Onu prevedono 216 milioni di brasiliani nel 2025<sup>265</sup>. Si tratta quindi di una popolazione giovane, che necessita di assistenza e istruzione pur non essendo produttiva. Da qui il prosperare di alcuni malanni sociali: bambini che lavorano (secondo l'Unicef sono 5 milioni, tra i 10 e i 14 anni), i bambini che si vendono sui marciapiedi delle grandi metropoli, *meninos de rua*, che vivono di espedienti e abitano nei sotterranei. Non raramente capita che questi ultimi vengano ammazzati dai poliziotti e dai *vigilantes*, oppure vengono rapiti e venduti: per trapianti d'organi, adozioni clandestine.

---

<sup>262</sup> Cfr. M. Alighieri-C.Donegana, *Il Brasile, un gigante verde*, Gabrielli editore, Verona 1999

<sup>263</sup> Calcola in numero di bambini morti prima di raggiungere l'anno d'età.

<sup>264</sup> Rappresenta il numero di anni che un individuo può attendersi mediamente di vivere.

## 1.1. LA STRUTTURA GEOGRAFICA

Il Brasile può essere suddiviso in due vastissime regioni: il *bacino amazzonico* e l'*altopiano brasiliano*. Il bacino amazzonico costituisce la parte nord-occidentale del paese, l'altopiano invece occupa le regioni centrali, orientali e meridionali. Le coste (ca. 7400 Km), sono in prevalenza pianeggianti, incise dagli estuari dei fiumi a Nord, più uniformi ad Est. Il clima è caldo-umido con piogge ben distribuite nella regione amazzonica, dove favorisce la crescita della foresta equatoriale; e subtropicale più asciutto e con piogge solo stagionali sull'altopiano. Lungo le coste e a Sud il clima è temperato con piogge estive.

Il Brasile amministrativamente si divide in cinque regioni:

- *Norte*, che comprende gli stati di *Amazonas, Pará, Acre, Tocantins, Amapá, Rondônia, Roraima*. Qui si trova il bacino del Rio delle Amazzoni, formato da terre pianeggianti coperte da foreste equatoriali e attraversato da grandi fiumi. Sui monti dei Carajas c'è una delle più consistenti formazioni minerali del mondo (ferro, manganese, rame, nichel e bauxite). La particolarità di questa regione sta soprattutto nella biodiversità della flora e della fauna, che è messa in serio pericolo dal *desmatamento*, l'abbattimento selvaggio della foresta (per l'estrazione dei preziosi metalli, per la vendita del legname e l'allevamento estensivo del bestiame). L'attività economica più importante di questa regione è quella estrattiva.

Qui si trova *Manaus*, città che ha avuto un breve periodo di splendore e ricchezza dovuto al boom del caucciù, e che adesso sopravvive soprattutto grazie al turismo<sup>266</sup>.

- *Nordeste*, con *Bahia, Sergipe, Alagoas, Pernambuco, Paraíba, Rio Grande do Norte, Ceará, Piauí, Maranhão*. In questa regione coesistono due realtà ambientali molto diverse:

---

<sup>265</sup> Cfr. F. Carbone, *I coralli sono morti*, Stampa alternativa, Roma 1999

1. il *sertao* che è formato da altipiani rocciosi, con un clima semiarido e poca vegetazione; vi predomina l'allevamento del bestiame.

2. La fascia costiera, *Mata*, dove si coltiva la canna da zucchero e il cacao.

Si tratta della regione più povera del Brasile, per questo è stata denominata *poligono della fame*.

- *Sudeste*, che comprende *Minas Gerais, Espírito Santo, Rio de Janeiro e São Paulo*; è la regione più industrializzata e produttiva del paese, è formato da estesi rilievi che terminano al sud con la Sierra do Mar. I principali prodotti agricoli della regione sono: caffè, cotone, granturco, canna da zucchero. Qui si trovano le più grandi metropoli del paese, meta delle massicce migrazioni dei brasiliani del nord che in città sperano di trovare un lavoro ed una casa.
- *Sul*, comprende gli stati di *Paraná, Santa Caterina e Rio Grande do Soul*. È formato dall'Altopiano Meridionale, ha clima subtropicale ed è la principale area agricola dello Stato. Produce caffè, soia, granturco e grano. Nell'estremo sud, nella campagna *gaucha*, c'è un'importante attività di allevamento di bovini. Regione sviluppata soprattutto dal punto di vista agricolo, è stata meta della migrazione italiana e tedesca della fine dell'800, e di quella giapponese nella metà del 900.
- *Centro-Oeste*, comprende il *Distrito Federal* e gli stati di *Goiás, Mato Grosso, Mato Grosso do Soul*. È la zona dei grandi latifondi utilizzati per l'allevamento del bestiame. Qui si trova la capitale, *Brasilia*. La regione centro-occidentale è formata da estese pianure, dove predomina l'allevamento degli ovini. La regione amazzonica ha subito forti devastazioni a causa della deforestazione che ha distrutto l'habitat naturale di molte specie animali e vegetali.

---

<sup>266</sup> Cfr. Aa. Vv., *Parlo brasiliano, manuale di conversazione*, Avallardi, 2000

## **1.2. LA SITUAZIONE ECONOMICA**

Secondo uno studio condotto dalla Banca Mondiale, il Brasile è l'unico paese dove il 10% della popolazione possiede più della metà del reddito nazionale, mentre il 40% degli abitanti ha accesso solo al 7% del reddito. Questo significa che c'è un forte divario economico tra le diverse classi sociali: i brasiliani ricchi hanno un reddito che supera di 28 volte quello dei brasiliani poveri<sup>267</sup>.

La moneta brasiliana è il Real che in data 13 settembre 2002 valeva 0,321 \$, cioè ci volevano ben 3,1125<sup>268</sup> Real per acquistare un dollaro (3,0369 per acquistare un €). Il Brasile ha risentito molto della crisi che ha investito tutto il Sud America (in particolare l'Argentina) alla fine del 2001. Il PIL del paese infatti è sceso fino al secondo trimestre del 2002, registrando un arretramento dello 0.9% nel primo quarto dell'anno e dello 0,5% in chiusura 2001. Si tratta d'una situazione veramente molto difficile, anche se sembra che l'economia attualmente si stia riprendendo registrando un tasso di crescita tendenziale dell'1%<sup>269</sup>.

## **1.3. LA POPOLAZIONE E IL PROBLEMA DELLE MIGRAZIONI INTERNE**

Uno dei problemi cui la classe dirigente deve far fronte è quello delle migrazioni interne al paese.

In Brasile, come in quasi tutti i paesi del terzo mondo, c'è una realtà moderna, dove gli stili di vita sono del tutto simili a quelli dei paesi più ricchi, e una realtà molto più povera, che riguarda la maggioranza della

---

<sup>267</sup>Cfr. M. Bianchi, *L'arte del viaggio*, p. 27

<sup>268</sup> Cfr. *Il sole 24 ore*, Venerdì 13 settembre 2002, n.250, p. 39

<sup>269</sup> ibi p. 6

popolazione. Infatti per i brasiliani poveri, le possibilità di trovare un impiego dignitoso sono limitate: qualcuno possiede frammenti di terra, ma generalmente poca o improduttiva, e chi non riesce a procurarsi da vivere nell'entroterra rurale, si trova costretto a migrare nelle grandi città industriali.

Si sta ripetendo quello che da noi è accaduto durante la rivoluzione industriale: fiumane di contadini migrano nelle città nella speranza di trovare di che sopravvivere componendo quel fenomeno sociale che ha portato alla nascita delle favelas: vere e proprie città nelle città, dove le condizioni di vita rasentano il limite della decenza umana.

Questo imponente esodo dalle campagne ha portato la popolazione urbana nel 1997 ad essere il 79,6% del totale, con una crescita annua del 3% (dati 1980-1995)<sup>270</sup>.

## 2. IL TURISMO IN BRASILE

Le riviste patinate delle agenzie di viaggio presentano il Brasile con fotografie di splendide ragazze in spiaggia davanti ad un mare meraviglioso e deserto, un vero e proprio paradiso tropicale. Generalmente viene presentato come il paese de divertimenti e del calcio, dove si balla la samba e si beve la *caipirinha*. Sfogliando le riviste di viaggio si ha la netta impressione che il Brasile sia la terra dove 'tutto è concesso'. Forse è per questo che il Brasile negli ultimi anni ha conosciuto un notevole sviluppo turistico: i turisti sono passati da poco più di un milione nel 1990 a 5.313.000 nel 2000, con una crescita annuale media pari al 26.6%<sup>271</sup>.

La maggior parte dei tour brasiliani durano dieci giorni e 7 notti (qualcuno arriva a 17 giorni e 14 notti)e vanno a toccare i posti più

---

<sup>270</sup> Aa.Vv., *Altriviaggi, turismo responsabile tra Nord e Sud del mondo*, PAT, MLAL, Trento 2001

<sup>271</sup> Cfr. [www.word-tourism.org](http://www.word-tourism.org)

rinomati e attrezzati: Rio de Janeiro, Salvador Bahia, Recife, Natal, Fortaleza...

Non abbiamo avuto modo di imbattere mai in qualche proposta dove il tour operator facesse cenno alle difficoltà di vita della gente locale, dove venissero date delle indicazioni sui comportamenti da tenere, nemmeno dove si parlasse ai turisti del pericoloso *dengue*, malattia trasmessa da una zanzara molto diffusa sulle coste brasiliane.

Generalmente i viaggi proposti da queste agenzie, come noto, conducono il turista a visitare quella parte di Brasile che egli si aspetta di conoscere. Così facendo il viaggiatore se ne torna a casa con l'idea d'aver visitato questo paese e nell'inconsapevolezza che in realtà è stato calato in un contesto artificiale.

### **3. IL CEARA'**

Il Cearà si trova nel Nord Est del Brasile, regione che occupa un quinto della superficie nazionale. Il Cearà comprende due aree geografiche molto diverse:

- una zona fertile sulla fascia costiera, Mata, un tempo occupata dalla foresta, abbattuta per fare posto alle coltivazioni della canna da zucchero, cacao, tabacco, cotone e fagioli;
- una zona molto secca al suo interno, Sertão, dove le precipitazioni sono irregolari e si verificano spesso lunghi periodi di siccità. Il Sertão è diviso in grandi *fazendas* di cotone e caju (pianta da frutto utilizzata in mille modi, per fare marmellata, caramelle, miele,...). Qui si trovano cactus, piccoli arbusti e alberelli che con la pioggia si trasformano la terra arida in un'oasi di verde.

Stando ai dati pubblicati dall'*Annuario do Cearà*, il Cearà comprende 184 comuni (il totale nazionale è di 5.505), su una superficie di 148.016

Kmq; la temperatura media annuale è di 26,6 C° (per le massime) e di 23,6 C° (per le minime): un clima tropicale semiarido

Nel censimento del 1990 risultano residenti 6.549.148 persone, per una densità di 43,5 ab/Kmq.

La mortalità infantile<sup>272</sup> è molto alta: 41,6/1.000 (la media brasiliana è di 36/1000). Le principali cause di morte descritte sono: la nascita prematura, l'asfissia e la "*falta de oxigênio no cérebro do nascituro*"<sup>273</sup>, ma anche la dissenteria (che è passata da 13.2 decessi su 1000 nel 1980, a 4 decessi su 1000 nel 1990), la polmonite e il morbillo. La media di crescita demografica annua è di 1,7% (nell'Area metropolitana di Fortaleza, si registra una crescita 3,4%). Anche il tasso d'analfabetismo è molto alto: 31,5% della popolazione al di sopra dei 15 anni, cioè 4.176.957 persone<sup>274</sup>.

La capitale del Cearà è Fortaleza: una metropoli ricca di evidenti contraddizioni, dove ricchezza ostentata e misere baracche convivono a pochi metri di distanza. La popolazione è stimata in 2.500.000<sup>275</sup> unità (la stima considera solo gli abitanti del nucleo cittadino, non quelli dell'intera area metropolitana in quanto è difficile censire gli abitanti delle numerose favelas che circondano la città) e cresce di 50.000 abitanti all'anno<sup>276</sup>.

Fortaleza è situata appena due gradi a Sud della linea dell'Equatore<sup>277</sup>. Trae origine da una fortificazione sulla costa, dove i portoghesi si insediarono nel XVIII secolo dopo l'occupazione degli olandesi. Qui predomina l'attività portuale e la pesca (famosa in tutto il Cearà quella dell'aragosta). Le lunghe e famose spiagge della città sono tra le più belle del paese e, grazie alla "*brisa que conforta*", la costante presenza del vento che contribuisce a mantenere un clima sempre temperato (la

---

<sup>272</sup> Nell'annuario non viene specificato se per mortalità infantile vengono calcolati i decessi dei natimorti o nella prima settimana di vita o se invece vengono considerati tutti i decessi entro il primo anno di vita. I dati si riferiscono al 1998.

<sup>273</sup> La mancanza d'ossigeno nel cervello.

<sup>274</sup> <http://www.brazilinfo.com>

<sup>275</sup> Dato stimato per il 2001

<sup>276</sup> Cfr. Coordenação Dorian Sampaio, *Annuario do Cearà 1997-1998*, O Povo Editore, Fortaleza 2000

temperatura durante l'anno non subisce importanti variazioni, oscilla tra i 25°C e i 33°C), hanno contribuito allo sviluppo del turismo, anche europeo.

Il settore turistico è per Fortaleza fondamentale<sup>278</sup>, basti pensare che ogni turista spende in media 74,00 R\$ (la moneta locale è il Real) al giorno e trascorre mediamente 10 giorni in città<sup>279</sup>. Nel 1997 i turisti che sono passati per la città sono stati 380.000.

A Fortaleza ci sono 87 alberghi tra classificati e non (questi sono costruzioni immense a pochi metri dal mare), 51 pousade, 1 ostello della gioventù, 5.901 appartamenti per turisti

Negli alberghi e pousade lavorano in totale 3.565 persone<sup>280</sup>.

Fortaleza potrebbe essere il simbolo dello sviluppo turistico irresponsabile perché, oltre ad ospitare uno sviluppo edilizio senza regole, la città è meta preferita del turismo sessuale<sup>281</sup>.

#### 4. IL DISTRETTO DI ICAPUI'

Icapuì è una cittadina litoranea del Cearà, localizzata a 206 Km a Sud di Fortaleza, si estende su un territorio di 429,3 kmq e ha 64 km di spiaggia<sup>282</sup>. Fino al 1984 Icapuì faceva parte del distretto municipale di Aracati e solo dopo decenni di resistenza è riuscita ad ottenere

---

<sup>277</sup> <http://www.aldeota.com/>

<sup>278</sup> Bisognerebbe soffermarsi a riflettere sul tipo di turismo che si è sviluppato in città, si tratta infatti di turismo sessuale, che più che benessere porta degrado e sfruttamento.

<sup>279</sup> Aa.Vv., *Anuario do Cearà*, cit. p. 331

<sup>280</sup> *ibidem*

<sup>281</sup> Non esistono dati certi sul turismo sessuale, ma di sicuro si sa che è un fenomeno rilevante, alimentato dalla necessità di dare sfogo alle pulsioni represses nel contesto di appartenenza.

Si tratta d'un modo di sfruttamento della prostituzione, "il turismo altera il senso del pudore. Allontanandosi fisicamente dai luoghi e dalle persone che gli sono familiari, il turista si allontana anche dagli atteggiamenti imposti dalla sua comunità d'origine. Assume comportamenti disinibiti, trasgressivi, indulgenti con sé stesso. È come se il viaggio lo librasse dalle convenzioni." in D. Canestrini – R. Oss, *Homo turisticus*, Glènat Italia, Milano 1993

Esistono delle vere e proprie agenzie che si occupano di questo tipo di viaggi, 'vendono' Brasile, Filippine, Sri Lanka, Thailandia, e Africa.

<sup>282</sup> Aa.Vv., *Plano municipal de Desenvolvimento da Secrearia de Meio Ambiente e Desenvolvimento*, Fortaleza 1999

l'indipendenza amministrativa<sup>283</sup> dividendosi in tre distretti: *Icapuì* (sede), *Ibicuitaba* e *Manibù*. In questo comune risultano residenti 16.051 abitanti, di cui 4.662 concentrati nell'area urbana e i restanti 11.389 sparsi nella zona rurale. Il tasso di crescita della popolazione è di 0,61%, infatti la popolazione giovane (con età inferiore ai 19 anni) rappresenta il 52,14% del totale<sup>284</sup>.

Stando ai dati pubblicati dal comune esiste un equilibrio quasi perfetto fra uomini e donne: rispettivamente 51% e 49%<sup>285</sup>.

#### **4.1. SITUAZIONE ECONOMICA**

Nell'economia di Icapuì predomina il settore primario, dove la pesca, soprattutto quella dell'aragosta, è l'attività economica principale: circa l'89% delle famiglie è occupato nell'attività peschiera, l'83% pesca aragosta. Altre attività redditizie sono l'estrazione del petrolio (di cui questo paese è il maggior produttore del Cearà<sup>286</sup>), l'estrazione di sale (che dà occupazione al 2.05% delle famiglie), l'agricoltura (si coltivano caju, cocco, manioca, granturco e fagioli)<sup>287</sup>. Ultimamente sta prendendo piede anche il commercio delle alghe marine, che rientrano in un circuito legato al mercato interno, vengono adoperate per la produzione di alcuni cosmetici.

Per quanto riguarda la distribuzione della terra è interessante notare che anche a Icapuì solo il 21,7% dei capi famiglia (614 famiglie) è proprietario della terra che lavora mentre il restante 78,3% (2.213

---

<sup>283</sup> Secretaria de Educação e Cultura, Seção de Estatística, documento

<sup>284</sup> Dati ottenuti dal municipio che si riferiscono alla ricerca fatta dall'IBGE –Censo Demográfico- 1991

<sup>285</sup> Aa.Vv., *Icapuì, feliz cidade*, Fischtec, Icapuì 1999 p. 9

<sup>286</sup> Nel giornalino informativo del comune, quando si accenna alle attività economiche, non viene specificato nulla in proposito a questa attività, che stando ad altre fonti come internet (anche siti governativi) o libri che trattano dell'economia brasiliana, sembra una grande risorsa per il paese. Per questo non si capisce se questa produzione ricade a vantaggio della popolazione locale o se è gestita da imprese esterne che non portano alcun beneficio in loco.

<sup>287</sup> Aa.Vv., *Icapuì, feliz cidade*, cit.

famiglie) non ha terra di proprietà. Tra queste ultime solo il 19,2% svolge lavori agricoli (lavoratori rurali, affittuari,..), mentre il restante 80,8% non ha alcun accesso alla terra. Per dirla in altri termini il 63% del totale delle famiglie (1.789 nuclei) non ha accesso alla terra.

Questo è un problema che affligge tutto il Brasile e che ha portato alla nascita di alcuni movimenti (in particolare quello dei Sem Terra<sup>288</sup>) che lottano per la riforma agraria, perché la terra incolta venga distribuita ai contadini. A Icapuì tre grandi imprese agricole concentrano 1/5 della terra coltivata, il resto è diviso in piccoli appezzamenti.

Il settore secondario è caratterizzato dalla presenza di alcune imprese artigiane, che producono manufatti legati alla tradizione locale, come i caratteristici labirinti e merletti.

In realtà queste attività hanno poche possibilità di sviluppo: gli artigiani faticano a trovare le materie prime (in qualche caso anche molto costose) e non hanno mercato per la vendita dei prodotti finiti. Così spesso questi prodotti finiscono invenduti.

Per quanto riguarda il settore terziario, Icapuì possiede 267 stabilimenti commerciali, di cui 11 pousade<sup>289</sup>, il resto sono piccoli negozi, bar, ristoranti...

Come si può notare dal numero delle pousade, anche qui il turismo è un'importante attività, che favorisce il miglioramento dei servizi e del commercio<sup>290</sup>.

---

<sup>288</sup> In Brasile ci sono 450 milioni di ettari di terra fertile, di cui solo 42 milioni vengono coltivati. La politica agricola seguita dal governo si basa su un modello esportato dagli Stati Uniti che mira a lasciare nei campi solo il 5% della popolazione. Questo per favorire le grandi imprese dell'agricoltura transgenica e ad alta tecnologia. Il Movimento dei Sem Terra (MST), si batte per la riforma agraria, perché la terra venga distribuita ai contadini. Il loro obiettivo è quello d'arrivare alla creazione di un modello diverso di agricoltura e di società che garantisca la sopravvivenza e la sicurezza del popolo. Loro agiscono attraverso la 'lotta di massa', ritengono che nessuna trasformazione sia possibile senza il coinvolgimento e la lotta del popolo: intervengono occupando le terre incolte. Si tratta d'un movimento autonomo rispetto a partiti, chiese, sindacati, che ha come obiettivo la costruzione d'una nuova società. Il loro motto si può riassumere così "*se una persona non s'indigna di fronte alla morte per fame di tanta gente, vuol dire che ha perso le sue prerogative di essere umano*" Cfr. Gilamr Mauro in [www.viaggiemiraggi.com/documenti/mst.htm](http://www.viaggiemiraggi.com/documenti/mst.htm)

<sup>289</sup> Sono delle strutture, paragonabili alle nostre pensioni a conduzione familiare. Spesso sono piccole e ricavate da edifici storici, realizzate con tecniche tradizionali. I modelli architettonici sono quelli tipici della zona. Generalmente vengono gestite dalla popolazione locale in modo che il turismo si integri nella vita del villaggio e che i guadagni vengano reinvestiti all'interno dello stesso.

Icapuì (64 km di spiaggia), con Aracatì e Fortim, forma la miglior zona litoranea dello stato. Secondo il comune però, lo sviluppo turistico necessita di ingenti investimenti per creare nuove strutture, per l'approvvigionamento dell'acqua, la raccolta dell'immondizia, ecc. Sfogliando le pagine del giornale di Icapuì datato 1 giugno 2001, si trova un articolo intitolato: "*Aqui tem turismo Responsável*<sup>291</sup>", dove l'amministrazione comunale per voce del segretario Milton Guedes dichiara: "*No nosso município, o turismo tem o seguinte perfil: descarte total de qualquer ação que venha comprometer os valores humanos, sociais, históricos e culturais e a concentração de renda*<sup>292</sup>", un progetto interessante che tende alla tutela del patrimonio naturale, concepito come lo strumento più importante per lo sviluppo economico e sociale del paese. Si legge nell'articolo che il piano d'azione turistica di Icapuì si svilupperà attraverso un'azione congiunta della prefettura e del Governo dello Stato.

L'addetto al turismo del municipio di Icapuì, sostiene che in media i turisti in transito nel distretto durante l'anno sono 3000<sup>293</sup>, per lo più brasiliani. Secondo lui si tratta di gente attratta soprattutto dalle caratteristiche politiche del paese noto, dice, per "*l'effettiva partecipazione popolare*", e non tanto per le bellezze naturali<sup>294</sup>.

Ad Icapuì l'82,65% delle famiglie risultano avere un reddito basso, questo significa che percepiscono da zero, ad un massimo di due salari minimi (il salario minimo è la misura di riferimento per il calcolo della

---

<sup>290</sup> Cfr. Aa.Vv., *Fundação abrinq pelos direitos da criança*, opuscolo informativo, Prefeitura Municipal de Icapuì

<sup>291</sup> "Qui facciamo turismo responsabile"

<sup>292</sup> "Nel nostro comune il turismo deve avere il seguente profilo: abbandono totale di qualunque azione che vada a compromettere i nostri valori umani, sociali, storici e culturali o che miri alla concentrazione del reddito".

<sup>293</sup> Comunicazione personale

<sup>294</sup> Chiacchierando con la gente del posto non ho avuto la stessa impressione, mi sembra che la partecipazione politica, come l'attenzione a certe problematiche, sia cosa di pochi e non ancora patrimonio collettivo. Si deve tener presente anche che molta gente non sa tutt'oggi né leggere né scrivere, e questo è un grosso vincolo anche nella partecipazione politica.

ricchezza, è valutato in R\$ 120,00). Il restante 17,4% rappresenta una fascia che riceve il corrispettivo calcolabile dai 2 ai 20 salari minimi<sup>295</sup>.

## 4.2 CONTESTO SOCIALE

Il municipio ha ricevuto il premio *Prêmio Criança e Paz* per la difesa dei diritti dei bambini e degli adolescenti, concesso dall'UNICEF nel 1992 per l'impegno dell'amministrazione pubblica verso problemi dell'infanzia e dell'adolescenza.

Nel 1996 erano 7.462 i cittadini sotto i 19 anni, una popolazione molto numerosa, pari al 47.63% del totale; e nel 2001, tra i 4.100 ragazzi di età compresa tra i 6 e i 17 anni, solo 106 (il 2,59%) hanno abbandonato la scuola. L'interesse prioritario della gestione comunale sembra infatti quello di investire sui giovani, soprattutto nella loro istruzione, per permettere loro di accedere a lavori qualificati con un reddito fisso e di uscire dalla povertà<sup>296</sup>.

I principi base per l'educazione a Icapuì sono:

1. scuola per tutti: i bambini hanno diritto alla scuola pubblica e gratuita che dev'essere garantita a partire da cinque anni;
2. qualità dell'apprendimento: per un apprendimento qualitativamente buono è necessario che i ragazzi "*sintaim-se acolhidos*" (non bevano alcolici)<sup>297</sup>, convivano nel reciproco rispetto e, "*acima de tuto*" (soprattutto) imparino. Per ottenere questo ad ogni studente vengono forniti: materiale didattico e "*acompanhamento pedagógico*"<sup>298</sup>.
3. Valorizzazione degli insegnanti: per avere un corpo docente di buon livello è necessario permettere loro di continuare a perfezionare i propri studi, garantendo anche un buon compenso salariale.

---

<sup>295</sup> Cfr. *Icapuì, Feliz Citade*, cit. p. 11

<sup>296</sup> Cfr. Aa. Vv., *Fundação abring pelos direitos da criança*, Prefeitura Municipal de Icapuì

<sup>297</sup> L'alcolismo è una vera e propria piaga sociale in Brasile, il consumo di alcolici (soprattutto cerveja- la birra locale- cachaça- la bevanda nazionale, un distillato di canna da zucchero che arriva a toccare i 50°) è a livelli altissimi, a consumarli sono preferibilmente uomini. (Osservazione personale)

4. Inserimento partecipativo di insegnanti, genitori e alunni nelle decisioni che riguardano la scuola.
5. Richiesta di denaro governativo e non per la gestione della scuola, in quanto il denaro comunale non è sufficiente per raggiungere tutti gli obiettivi.
6. Agevolazione nei trasporti.

Nel 2000 l'indice d'analfabetismo del comune di Icapui è stato del 19% tra la popolazione con più di cinque anni<sup>299</sup>, rispetto al 30% nel resto del Ceará.

L'impegno pubblico per la tutela della popolazione giovane, osservando i propositi municipali sembra innegabile:

- Politiche sociali per la tutela dell'infanzia e dell'adolescenza che prevedono:
  - ✓ Salute ed educazione per tutti: ad ogni cittadino in quanto tale sono garantiti questi due servizi, senza distinzioni di classe, censo, rendita. Vengono infatti interamente finanziati dall'ente pubblico.
  - ✓ Agevolazioni nei trasporti<sup>300</sup>.
  - ✓ Lotta contro la denutrizione attraverso la distribuzione di latte e alimenti integratori ai bambini in condizioni di denutrizione. In questo modo si è contribuito anche a ridurre la percentuale di mortalità infantile (nel 1999 nel comune si sono registrati 4 decessi su 305 nati).
  - ✓ Incentivi all'educazione ambientale (passeggiate ecologiche, raccolta dell'immondizia) e sportiva (creazione di strutture sportive: palestre, campetti).

---

<sup>298</sup> Insegnanti

<sup>299</sup> Documento della *Secretaria de Educação e Cultura*, Dicembre 2000

<sup>300</sup> Il prezzo dei trasporti pubblici in Brasile è molto elevato, quasi inaccessibili alla classe medio-bassa. (osservazione personale).

- ✓ Copertura vaccinale, per i bambini al di sotto dell'anno di vita (dal 1997 al 1999 si è passati dal 77,0% al 95,0% di soggetti vaccinati).
  - ✓ Creazione del *Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente* (consiglio Municipale del diritto dei bambini e degli adolescenti) e del *Conselho Municipal de Assistência Social e Conselho Tutelar* ( Consiglio Municipale per l'assistenza sociale e la tutela).
  - ✓ Programma *Dia Feliz*, un gioco per far crescere nei ragazzi l'interesse per la *gestione partecipata* della propria città.
- Politiche di tutela della salute, che garantiscono copertura sanitaria al 100% della popolazione.
  - Politiche atte alla riqualificazione professionale e alla creazione di attività produttive alternative a quelle tradizionali. Gran parte della popolazione infatti, è soggetta a periodi di precarietà dovuti alla stagionalità dell'attività produttiva, sia in campo agricolo che per quanto riguarda l'attività ittica (in alcuni periodi dell'anno la pesca dell'aragosta è proibita).
  - L'amministrazione vanta un sistema decisionale di tipo partecipativo, per questo la cittadina è stata inserita dall'ONU nel *Programa de Gestão Urbana*, un progetto che vede coinvolte 76 città in diverse parti del mondo, che sperimentano forme di governo partecipativo in zone urbane povere<sup>301</sup>.

Per quanto riguarda la vita societaria a Icapuì ci sono una miriade di piccole associazioni, cooperative, che si occupano di diversi settori sociali, compreso quello politico; in tutto sono 25, tra associazioni e cooperative: di cui una di artigiani, quattro che si occupano di turismo, tre cooperative di pescatori, sette associazioni municipali (per lo sviluppo sostenibile, il turismo, la salute, l'educazione e la tutela del

---

<sup>301</sup> Cfr. Aa.Vv., *Revista de Icapuì, 16 anos de feliz cidade*, Prefeitura municipal de Icapuì, Janeiro 2000

bambino e dell'adolescente) e due sindacati (per i lavoratori del sale e dipendenti pubblici).

L'esistenza di queste aggregazioni non sottintende necessariamente un'effettiva partecipazione pubblica alla vita sociale, ma comunque evidenzia un generale interesse per il proprio paese.

### **4.3. SALUTE**

Il municipio è molto attento alla tutela della salute pubblica e rispetta i vincoli posti dall'OMS. Il piccolo ospedale comunale ha 15 posti letto: 4 di pediatria, 3 di ostetricia, 8 di clinica medica; e tre consultori dislocati a Redonda, Mutamba e Morro Pintado. Operano sul territorio 5 medici generali, che lavorano anche all'ospedale. La mortalità infantile nel 2000 è stata i 15,2/1000 nati vivi (la media del Nordeste è di 58,3/1000)<sup>302</sup> Per quanto riguarda le malattie, sono numerose le persone che hanno contratto malattie sessualmente trasmissibili (nel comune di Icapuì si sono registrati 23 casi<sup>303</sup>) e per questo appare urgente un investimento per l'educazione sessuale.

### **4.4. ALTRI SERVIZI**

- **ENERGIA ELETTRICA:** nel 1994 il 70,7% dei residenti avrebbe potuto installare la luce elettrica allacciandosi all'impianto comunale, ma solo il 24% ha avuto modo di farlo, presumibilmente per una questione di costi (l'allacciamento dell'abitazione è interamente a

---

<sup>302</sup> Cfr. Ministerio de Saúde, *IDB*, 1997 in *Icapuì feliz citade*, cit. p. 7

<sup>303</sup> Non vengono specificati i nomi delle singole malattie (in *Icapuì feliz citade*, cit. p. 8)

carico del privato cittadino). Più recentemente, nel 2001, circa il 91% dei residenti ha usufruito di questo servizio.<sup>304</sup>

- **SERVIZIO TELEFONICO:** per quanto riguarda la telefonia, la locale compagnia TELEMAR, ha installato 240 telefoni fissi pubblici decentrati in tutti i nuclei paesani<sup>305</sup>. Non si trovano invece informazioni circa l'uso dei telefoni nelle abitazioni private.
- **STRADE:** le strade principali sono asfaltate, alcune di quelle secondarie sono in terra battuta e le piccole viuzze dei centri sono fatte di ciotoli.
- **TRASPORTI:** la comunicazione tra i paesi è garantita dagli autobus (peraltro molto costosi), mentre per il raggiungimento delle località più decentrate sono molto usati i moto-taxi<sup>306</sup>. L'auto privata non è ancora un bene per tutti. Ci sono anche i tradizionali 'camion' con le panchine di legno legate al cassone che fanno da servizio autotrasporti.
- **SMALTIMENTO RIFIUTI:** uno dei problemi più urgenti da risolvere, secondo l'amministrazione comunale, è quello dello smaltimento delle immondizie.

Ad Icapuì infatti la gente si libera dei rifiuti casalinghi abbandonandoli nell'ambiente in maniera improvvisata, andando a creare un evidente danno ecologico. Stando ai dati pubblicati sul

---

<sup>304</sup> Sono stati rilevati pareri discordanti circa la percentuale di abitazioni provviste d'energia elettrica: i dati pubblicati sulla rivista comunale (datata gennaio 2001) dicono che il 98% delle famiglie usufruisce di questo servizio mentre osservando i dati ottenuti dalla segreteria comunale (maggio e giugno 2001) si scopre che solo il 91% delle abitazioni è attualmente allacciato alla rete elettrica.

<sup>305</sup> Cfr. Aa. Vv., *Icapuì feliz citade*, cit. p. 6

<sup>306</sup> Sono dei motorini che hanno la stessa funzione dei nostri taxi, nel centro di Icapuì se ne possono contare a decine. Sono economici rispetto agli autobus e soprattutto permettono di raggiungere località fuori dalla rotta delle tradizionali corriere.

giornalino comunale sembra che il 75% dei rifiuti vengano sparsi nell'ambiente, il 10% interrati, e il restante 15% bruciato.

Per far fronte a questo importante problema il municipio finanzia una piccola impresa di nove uomini che, con l'aiuto di due mezzi (di cui uno è un trattore per raggiungere le zone meno accessibili), una volta alla settimana passa a raccogliere l'immondizia, provvedendo anche alla pulizia del territorio comunale.

Il comune intende inoltre avviare un progetto d'educazione ambientale, atto ad educare i cittadini alla raccolta dei rifiuti e al rispetto dell'ambiente. Questo evidenzia ancora una volta l'impegno dell'amministrazione comunale nel rendere la città più vivibile... anche per i turisti.

#### **4.5. ABITAZIONI**

La maggior parte delle famiglie ha una casa di proprietà. Queste sono case di *taipa*<sup>307</sup> o *mattoni*<sup>308</sup>.

Il numero totale delle abitazioni nel distretto nel giugno 2001 era di 3.860 delle quali 180 (4,66%) di taipa. Le case con il servizio igienico sono 2.915 (75,52%), (non viene specificato il tipo di bagno: fossa biologica,...) mentre 945 ne sono prive (24,48%). Solamente 97 famiglie sono provviste della rete fognaria (2,51%). Le abitazioni senza l'acqua corrente sono 575 (14,9%), quelle senza luce elettrica 322 (l'8.34%).<sup>309</sup>

### **5. IL PAESE DI TREMEMBE' E L'OMONIMA POUSADA**

---

<sup>307</sup> Abitazioni tipiche fatte con un particolare fissante fatto di fango e paglia.

<sup>308</sup> Cfr. *Icapuì feliz citade*, cit. p. 9

<sup>309</sup> Dati dell'ultimo censimento ottenuti al municipio di Icapuì

Tremembé, un paese incastrato tra un bosco di cocchi e l'oceano, è tuttora una specie di paradiso sfuggito miracolosamente alla speculazione edilizia che ha invaso poco o tanto tutte le meravigliose coste brasiliane. Il villaggio si adagia su una lunga spiaggia sabbiosa, un posto ideale per fare il bagno: il mare è tranquillo e la temperatura media durante tutto l'anno è di 27°C.

Fa parte del distretto di Icapuì dal cui centro dista 10 km. La comunità di Tremembé è formata da 64 famiglie, di origine india.

Nel villaggio le abitazioni di taipa sono 4 (il 6,25%), un numero leggermente superiore alla media distrettuale, quelle senza bagno sono 10 (15,62%), senz'acqua 9 (14,1%) e senza energia elettrica 3 (4,68%)<sup>310</sup>. Qui l'attività preponderante è la pesca dell'aragosta, dalla quale dipende gran parte dell'economia del paese. L'attività ittica però è soggetta a crisi stagionali e non è comunque sufficiente a garantire la tranquillità economica all'intera popolazione. Le condizioni di vita della gente sono piuttosto povere: il reddito mensile pro capite non supera il 'salario minimo' (R\$ 120,00)<sup>311</sup>. Questo significa che è necessario sviluppare settori economici alternativi e integrativi che contribuiscano alla produzione di ricchezza. Una possibilità è quella offerta dal turismo, la costa del paese in effetti è una zona con grosse potenzialità turistiche in riferimento alle caratteristiche ambientali e all'assenza di malattie endemiche come la malaria.

Proprio per questi motivi molte imprese si sono interessate all'acquisto di questa fetta di costa da inserire nel circuito turistico tradizionale del Brasile. Questo avrebbe comportato dei grossi investimenti per la realizzazione di imponenti strutture di pesante impatto sociale e ambientale<sup>312</sup>.

---

<sup>310</sup> Ibidem

<sup>311</sup> Cfr. Aa. Vv., *Turismo responsabile a Tremembé, stato del Ceará, Brasile*, Bozza del progetto, 22 marzo 2000

<sup>312</sup> ibi. p. 7

È stata la comunità stessa che, osservando quanto successo nei comuni vicini, divorati dagli investimenti stranieri, si è opposta favorendo lo sviluppo della microimprenditorialità locale<sup>313</sup>.

Essendo lo sviluppo turistico a ‘dimensione umana’ un obiettivo dichiarato dell’amministrazione, sono stati attivati corsi di formazione igienico-alimentare e di accoglienza turistica, per favorire la nascita di microstrutture ricettive come stanze private, pousade a conduzione familiare, bar, piccoli ristoranti ecc.

Attualmente nel villaggio di Tremembè sono presenti due pousadas, ma sembra che una terza (in realtà non si capisce se sarà una pousada o un vero e proprio albergo) sia in via di costruzione.

## **5.1. STORIA DELLA POUSADA E DELL’ASSOCIAZIONE TREMEMBE’**

Nel 1991, un gruppo di privati, in viaggio in Brasile, ha pensato di finanziare la costruzione di quella che venne in seguito chiamata *Pousada Tremembé*. All’inizio non era ben chiaro quale fosse lo scopo dell’investimento, si pensava vagamente alla creazione di un centro d’incontro a disposizione di giovani, chiesa, sindacato per organizzare incontri, attività di formazione; oppure a una casa per scolari, per far passare loro qualche giorno al mare. Solo come terzo ed ultimo punto, si legge sul progetto, la pousada sarebbe dovuta diventare un punto d’appoggio per il turismo internazionale solidale e responsabile.

Acquistato il terreno nel gennaio 1993, grazie all’aiuto di due religiosi in Brasile (un missionario trentino, p. Gino e uno locale, p. Lopez), si proseguì con la costruzione delle strutture seguendo gli indirizzi architettonici tipicamente locali.

---

<sup>313</sup> Abbiamo già avuto modo di vedere qual è l’orientamento del municipio nella gestione della risorsa turistica.

La casa è situata sul fronte-oceano, a pochi metri dal mare, è a base rettangolare, con all'interno un grande cortile che permette di ripararsi dal sole e dalla sabbia (il posto ideale dove appendere le amache).

La pousada può ospitare una trentina di persone (anche se in realtà le potenzialità sono maggiori, se si considerano i posti anche per le amache). Ci sono undici stanze con il bagno, una sala per incontri, una sala da pranzo con la cucina, due bagni e due docce d'uso comune e una veranda che si affaccia sul cortile interno, ideale per accogliere feste e incontri di vario genere.

La necessità di un'azione di sostegno continuativa e dell'individuazione di un referente locale ha portato nel 1999 alla nascita, a Martignano (paese di provenienza degli ideatori del progetto) in provincia di Trento, dell'omonima associazione *Tremembè*, il cui scopo sociale è la realizzazione di micro-progetti di cooperazione internazionale decentrata<sup>314</sup>, educazione alla multiculturalità e alla mondialità. In particolare il suo scopo è quello di favorire il diffondersi di un modo nuovo di fare turismo, che permetta lo scambio tra comunità ospitante e turisti. L'idea della pousada risponde a tutti questi principi perché è una proposta di turismo responsabile, che offre a tutti la possibilità di fare esperienze di viaggio e incontro che siano eque sul piano economico, sostenibili su quello ecologico e rispettose sul piano etico. Nel contempo è anche un'opportunità di lavoro e di sviluppo, infatti è gestita interamente con risorse locali.

## **5.2. GESTIONE DELLA POUSADA**

---

<sup>314</sup> Si tratta d'una modalità di fare cooperazione che si basa sul principio del partenariato tra eguali, questo significa che deve fondarsi tanto sui luoghi dove nascono i problemi e si prendono le scelte, quanto sui soggetti che sono, nel contempo, beneficiari ed attori dei programmi di sviluppo. Un approccio di cooperazione che mira a rafforzare il ruolo della società civile nei processi di sviluppo e consiste, da un lato, nel coinvolgere ed associare ai diversi livelli di intervento gli attori economici e sociali sia al Nord che al Sud e, dall'altro, nel far divenire attori determinanti, attraverso la loro partecipazione attiva, i gruppi target dei programmi. (A. Raimondi, A. Antoinelli, *Manuale di cooperazione allo Sviluppo, linee evolutive, spunti problematici, prospettive*, Sei editrice, Torino 2001)

La pousada attualmente viene gestita dall'associazione *Caiçara de Promoção Humana*<sup>315</sup>, un'organizzazione non governativa locale nata per sostenere e guidare la comunità di Icapuì.

Per quanto riguarda la gestione della struttura, l'associazione Caiçara si occupa di:

- Individuare concretamente gli obiettivi strategici della casa
- Trovare le persone che gestiscano la struttura
- Identificare gli interventi da apportare
- Programmare le risorse economiche disponibili per il raggiungimento degli obiettivi
- Controllare la gestione e l'amministrazione della casa.

Fra l'associazione Tremembè di Martignano e quella brasiliana c'è un contratto di comodato gratuito, per cui tutti i benefici economici della pousada ricadono, attraverso l'intermediario Caiçara, interamente sulla comunità.

L'altro soggetto, l'associazione di Trento, ha il compito di:

- Individuare le ipotesi iniziali del progetto da proporre come indicazione al gruppo brasiliano, affinché vengano sostenute, arricchite, modificate e definite nel dettaglio;
- Attuare forme di 'gemellaggio' tra le due realtà: quella brasiliana e quella italiana. Lo scopo del progetto infatti non è solo quello di portare un beneficio economico alla comunità di Tremembé, ma anche, o forse soprattutto, quello di dare un'opportunità di crescita culturale e umana.

---

<sup>315</sup> si tratta d'una organizzazione che ha come obiettivo il sostegno dell'intera comunità, proponendo tra l'altro momenti di incontro con le realtà culturali e sociali più significative del Nord-Est brasiliano, come ad esempio il Movimento dei Sem Terra, teologi della liberazione, movimenti per il recupero dei meniños de rua,...

- Sostenere concretamente la realizzazione del progetto attraverso la divulgazione e l'attività di sostegno per la raccolta dei fondi necessari<sup>316</sup>.

La gestione della pousada non è mai stata molto facile: pur lavorando in stretta collaborazione le due associazioni si sono trovate ad affrontare situazioni impreviste che, in qualche caso, hanno portato danni economici notevoli.

Nel 1996, prima della costituzione effettiva delle due associazioni, la gestione venne affidata ad una signora originaria di Icapuì. La donna avrebbe dovuto occuparsi di amministrare la pousada in via di ultimazione. In realtà, durante la sua permanenza, la casa si era trasformata in uno strano centro di ritrovo, i turisti erano molto pochi, ma, di contro, abbondavano i visitatori del posto, che s'intrattenevano a bere e fumare. Qualcuno dice che girassero pure delle droghe, che fosse diventato un luogo malfamato e che la signora non si occupasse minimamente di rispettare il patto definito con i finanziatori: apriva e chiudeva a suo piacimento e non favoriva l'afflusso dei turisti<sup>317</sup>.

Per questi gravi motivi, nel 1999, si decise il licenziamento; la gestrice se ne andò portando con sé tutto quello che poteva portare: tovaglie, letti, materassi, tavoli, sedie, frigo,... colpo inaspettato per i finanziatori di Trento, ma anche per p.Lopez e p.Gino. Pur nella consapevolezza del gran danno subito, si decise di non perseguire legalmente la donna (che peraltro è rimasta in zona).

Successivamente nel maggio 1999 p. Lopez (nel frattempo p. Gino se n'era andato, amareggiato per i tristi accadimenti), in accordo con gli amici di Trento, decise di assumere un giovane, Cesanildo, con l'incarico di fare da guardiano alla pousada (praticamente chiusa). Il compito del ragazzo, all'inizio, era quello di vivere lì, controllando che la casa non fosse oggetto di nuovi vandalismi.

---

<sup>316</sup> Cfr. <http://www.unimondo.org/tremembe>

<sup>317</sup> Informazioni raccolte sul posto

In realtà però Cesanildo si trovò nella situazione di dover gestire i nuovi finanziamenti, riacquistando tutto quello che era stato impunemente sottratto. A quanto sembra il giovane se la cavò molto bene nell'avviare la casa come centro d'accoglienza per i turisti; con l'aiuto della moglie, prese a carico l'intera struttura: dal ristorante, alle camere, alla contabilità.

Cesanildo sapeva svolgere molto bene il suo lavoro, ma si trovava in difficoltà nella gestione dei conti. Per questo motivo nell'agosto dello stesso anno, Armando, l'ideatore del progetto e fondatore dell'associazione, volò a Tremembè, nella speranza di coadiuvare il ragazzo affinché imparasse a gestire il denaro correttamente.

Il periodo di cogestione di Armando e Cesanildo fu un periodo molto importante per la storia della pousada: stava nascendo l'associazione Caiçara, e Cesanildo, grazie soprattutto ai propri legami con la gente locale, era riuscito ad ospitare nella struttura associazioni di lavoratori, gente interessata al turismo, nella speranza di coinvolgerli nel progetto.

Il giovane gestore si era fatto sostenitore della causa, era lui il primo a credere in questo tipo di turismo, aveva capito che poteva essere il motore dello sviluppo e che avrebbe potuto portare benessere tra i propri concittadini.

In realtà la comunità del paese rimase pressoché indifferente a tutto questo, solo donna Fabiana<sup>318</sup>, una signora di Tremembè, si era avvicinata portando in pousada i propri prodotti artigianali (lei ricama con il 'tombolo', confeziona vestiti,...) cucinando qualche dolce tipico, fermandosi a chiacchiere con i visitatori.

---

<sup>318</sup> Figura fondamentale quella di donna Fabiana. Non abbiamo il tempo in questo lavoro di soffermarci in una descrizione più accurata, possiamo però dire che questa donna è una delle poche persone ad aver capito l'utilità di questo progetto. Oltre tutto lei si può considerare l'anima storica della pousada, ha frequentato il locale fin dall'inizio e ha conosciuto tutti quelli che vi hanno lavorato o che sono passati da lì. È molto disponibile al dialogo e si ferma volentieri a parlare con chiunque voglia sapere qualcosa di più sulla sua terra e sulla sua gente.

Dal momento della nascita dell'associazione locale, quella di Trento non è più intervenuta nelle decisioni, lasciando a Caiçara piena autonomia circa l'utilizzo delle strutture e il controllo dei conti. Interferenze che hanno indotto Cesanildo al licenziamento. Non è chiaro quali siano state le ragioni che lo hanno spinto a prendere una tale decisione, sembra che l'intervento massiccio dell'associazione lo avesse disturbato. Probabilmente ha confuso questo tipo di controlli (obiettivamente indispensabili), con una sorta di sfiducia nel suo operato.

A Cesanildo è subentrato Valdir, figura di riferimento nel paese, attivista convinto, membro di numerose associazioni e comitati. Sembrava la figura più adatta per la conduzione della pousada e godeva di piena fiducia tra i membri dell'associazione Caiçara. In realtà qualche mese dopo il suo insediamento (anche grazie all'aiuto di numerosi volontari trentini giunti in loco e di Bosco, un associato locale), si scoprì che il nuovo direttore aveva magicamente fatto sparire un bel po' di denaro mandato da Trento. Licenziato anche quest'ultimo, dopo un periodo di travaglio durato qualche mese, con la gestione della pousada affidata ad una volontaria trentina (Gabriella), subentrò Bosco<sup>319</sup>. Egli sembrava finalmente la persona giusta. Purtroppo, per motivi indipendenti dalla sua volontà nel settembre del 2001, Bosco abbandonò la pousada per raggiungere la famiglia a Fortaleza.

### **5.3. BENEFICIARI DELLA POUSADA**

I beneficiari diretti della pousada sono coloro che a vario titolo (direttore, cuoco, cameriera) lavorano nella pousada stessa, i beneficiari indiretti invece sono l'intera collettività, e le comunità limitrofe, se

---

<sup>319</sup> Bosco è una figura molto importante per la comunità di Icapui, è impegnato attivamente all'interno di numerose associazioni cittadine. Per me è stato particolarmente prezioso in quanto parlava molto bene l'italiano e mi ha permesso di capire molte cose circa la situazione politica interna al paese.

sapranno trarre vantaggio dal transito turistico (i pescatori proponendo giri in barca, taxisti per i trasporti, i proprietari di cavalli, ecc.).

Nei mesi di luglio-agosto 2001, in pousada lavoravano tre persone, oltre a Gabriella: Bosco, il direttore, membro dell'associazione Caiçara (entrato ufficialmente il 6 agosto 2001 ma che ha abbandonato la carica poco dopo); Marcio, il cuoco ed Ennia, la cameriera.

#### **5.4. ALCUNI DATI SULLE PRESENZE IN POUSADA.**

Crediamo sia interessante conoscere i dati derivanti da una piccola ricerca condotta in pousada per scoprire la provenienza degli ospiti. Purtroppo i dati disponibili derivano dalle agende di registrazione che però non sono state compilate con continuità: mancano informazioni su periodi piuttosto lunghi. L'idea sarebbe quella di capire qual è la tipologia del turista che alloggia in pousada: se sono per lo più brasiliani, oppure trentini legati all'associazione, oppure persone d'altro genere. I dati riportati non rispondono esaustivamente a tutte queste domande, ma comunque forniscono un'indicazione dell'andamento generale. Innanzitutto i dati che abbiamo a disposizione vanno dal 10 maggio 2000 al 15 agosto 2002, manca tutto il periodo della gestione della signora di Icapuì, e il primo periodo della gestione di Cesanildo. C'è da dire però che l'avvio della pousada a tutti gli effetti si è avuto nel 2000, dato che in precedenza l'attività era in fase d'assestamento.

In ogni caso, entro il periodo di tempo sopracitato, sono state registrate 228 persone, per un totale di 830 notti. La media è di 3,6 notti a persona. I dati sono solamente indicativi anche perché in questo periodo alcuni volontari si sono recati a Tremembè per dare una mano nella gestione, trascorrendo gran parte delle giornate in pousada, questo ha alzato la media delle notti per persona.

Quello che sembra essere il dato più indicativo è legato al transito di brasiliani che sono stati 141, cioè il 61,84% del totale e hanno trascorso in pousada 283 notti. Ha alloggiato cinque giorni in pousada anche un argentino, il resto sono europei: 82 italiani e 4 tedeschi. Per quanto riguarda la presenza degli italiani, crediamo sia interessante vedere come sono venuti a conoscenza dell'esistenza di questa struttura.

Dai dati che abbiamo a disposizione scopriamo che ben 29 provengono dal Trentino. Si tratta di persone vicine all'associazione di Trento: alcuni membri dell'associazione, altri simpatizzanti che hanno ricevuto informazioni contattando direttamente Armando, il presidente di Tremembè. In ogni caso tutte persone a conoscenza del progetto che s'intende portare avanti.

Da Milano, Roma, Pisa, Napoli, Bergamo, Torino e Verona (i gruppi MLAL) provengono 53 ospiti.

Questi ultimi sono venuti a conoscenza della pousada attraverso internet, visitando il sito dell'associazione, [www.unimondo.org/tremembe](http://www.unimondo.org/tremembe). Tranne i gruppi MLAL che hanno inserito Tremembè come tappa in alcuni dei loro tour in America Latina.

## CAPITOLO QUINTO

# DIARIO DI VIAGGIO

“...non affrettare il viaggio,  
fa che duri a lungo, per anni,  
e che da vecchio tu metta  
piede a casa, ricco dei tesori  
accumulati per strada...”<sup>320</sup>

### 1. CENNO SULLA METODOLOGIA D'ANALISI

Questa parte del lavoro si presenta come uno studio qualitativo di sociologia autobiografica che consente di sviluppare una ricerca da un'esperienza di vita, utilizzando una metodologia d'analisi che fa capo all'osservazione partecipante<sup>321</sup>. Numerosi sociologi hanno condotto studi di questo tipo convinti che le storie di vita risultino significative a prescindere dalla loro durata e dal momento della loro stesura; particolarmente interessanti al riguardo sono le autobiografie di Giambattista Vico, di Lincon Steffens e di Gertrude Stein<sup>322</sup>.

L'osservazione partecipante richiama esperienze d'analisi molto diverse, legate prevalentemente alla tradizione delle ricerche etnografiche e antropologiche che prevedono dei processi di studio nei quali il ricercatore vive 'dall'interno' la realtà oggetto di studio<sup>323</sup>. Solo successivamente è stata applicata anche nello studio di segmenti della

---

<sup>320</sup> K. Kavafis, *Itaca*, in Aa.Vv., *Altriviaggi, turismo responsabile tra Nord e Sud del mondo*, atti del convegno, a cura di MLAL, Trento 2001

<sup>321</sup> Cfr. P. Corbetta, *Metodologia e tecnica della ricerca sociale*, Il Mulino, Bologna 1999, p. 370

<sup>322</sup> Cfr. R. Cipriani, *La metodologia delle storie di vita, dall'autobiografia alla life history*, Euroma, Roma

<sup>323</sup> Cfr. C. Guala, *Metodi della ricerca sociale*, Carocci, Roma 2000

società dotati di proprie subculture; in questo modo viene utilizzata non solo per lo studio dei diversi, ma anche per lo studio di se stessi<sup>324</sup>.

Il metodo osservativo è adoperato anche per effettuare studi in psicologia sociale dove gli scienziati osservano i comportamenti sociali nel loro contesto naturale senza ricorrere all'esperimento in laboratorio<sup>325</sup>.

Si tratta quindi d'una metodologia d'analisi che può essere usata in qualsiasi campo del vivere umano dotato d'una propria specificità, anche se è una tecnica che spesso viene usata nella fase preliminare delle inchieste o in congiunzione con un esperimento o con uno studio documentario.

Questa metodologia trova applicazione perché:

1. Permette la raccolta di dati sul comportamento non verbale: un osservatore presente in scena può individuare i comportamenti nel momento in cui si manifestano.
2. Il comportamento analizzato viene messo in atto nel suo ambiente naturale e non in un contesto artificiale come accade in laboratorio.
3. L'osservatore realizza la sua indagine in un lasso di tempo molto più lungo da quello consentito dall'inchiesta o dall'esperimento<sup>326</sup>.

Le sue peculiari caratteristiche sono anche i suoi limiti più criticabili:

- Il ricercatore è lo strumento della ricerca, tutta la rilevazione viene filtrata dai suoi sensi: sceglie i fatti da descrivere, seleziona i dati<sup>327</sup>. Per questo non è improbabile che, pur adoperando la stessa metodologia di ricerca, due studiosi diano due descrizioni diverse della stessa realtà.
- La non generalizzabilità dei casi studiati. Una ricerca condotta con questo metodo, non solo deriva dalla soggettività del ricercatore ma anche dalla particolarità dei casi studiati. Si tratta di studi che

---

<sup>324</sup> Cfr. P. Corbetta, *Metodologia e tecniche della ricerca sociale*, cit. pp.367-401

<sup>325</sup> Cfr. E. Aronson, T. D. Wilson, R. Akert, *Psicologia sociale*, Il Mulino, Bologna 1999, p.42

<sup>326</sup> Cfr. Kenneth D. Bailey, *Metodi della ricerca sociale*, Il Mulino, Bologna 1985

<sup>327</sup> Cfr. Alex Mucchinelli (a cura di), *Dizionario dei metodi qualitativi nelle scienze umane e sociali*, Borla, Roma 1999, pp.204-212

descrivono dei *fenomeni unici*, e di conseguenza i risultati non sono applicabili a nessun caso al di fuori di quello studiato<sup>328</sup>.

- Non esistono per questo tipo di ricerca, delle procedure d'analisi standardizzate universalmente applicabili, infatti il processo osservativo è unico per ogni caso studiato<sup>329</sup>.

Si tratta quindi di un modo di procedere che ha dei limiti: la soggettività, la non generalizzabilità e la non standardizzazione, ma che permette la conoscenza autentica attraverso l'esperienza diretta.

Nel caso della nostra ricerca, lo scopo non è primariamente quello di descrivere una cultura diversa, quanto quello d'osservare da vicino le difficoltà che un 'turista responsabile' deve affrontare per mantenere fede al proprio principio guida. Si tratta quindi di un'analisi di sociologia autobiografica, dove l'oggetto dell'analisi sono le emozioni, le reazioni e le risposte dell'osservatore di fronte a una realtà diversa da quella abituale.

Lo studio si è svolto con l'ausilio di materiale documentario reperito in loco, e con la registrazione dei dati osservati sotto forma di diario giornaliero dove l'autore è testimone dei fatti da lui visti o uditi. Il suo racconto serve per descrivere il corso reale degli eventi, lo scopo non è quello di ricostruire l'ambiente fedelmente e obiettivamente da un punto di vista imparziale, ma al contrario descriverlo così come si presenta all'individuo<sup>330</sup>.

Nella stesura del diario si è cercato di rispettare i seguenti vincoli:

- Semplicità: il diario è stato scritto ricercando una forma chiara e semplice.
- Distinzione: la costruzione del testo narrativo dovrebbe permettere al lettore di distinguere le descrizioni dell'interazione sociale (ancorché interpretative) dalle interpretazioni dell'autore.

---

<sup>328</sup> Cfr. P. Corbetta, cit. pp. 401-402

<sup>329</sup> ibidem

<sup>330</sup> Cfr. R. Cipriani, *La metodologia delle storie di vita, dall'autobiografia alla life history*, cit. pp. 33-36

- Concretezza: tutte le affermazioni dovrebbero avere una giustificazione (seppur interpretativa)<sup>331</sup>.

## **2. DIARIO D'UN MESE IN CEARÀ**

Lo scopo della stesura del diario giornaliero è quello di mettere in evidenza le difficoltà, le paure, le gioie che ho provato visitando questa piccola fetta di Brasile cercando di rispettare le regole del viaggiare responsabile.

L'idea di fare questo viaggio è nata durante il corso *Cooperazione internazionale e mondialità* promosso dall'associazione Tremembè e finanziato dal Centro Servizi Volontariato della Provincia di Trento. Alla fine del percorso erano previste delle borse di studio (erogate dalla stessa associazione, dal comitato di Martignano e dalla Cassa Rurale di Trento) per un viaggio-studio d'un mese in Brasile, nel Cearà appunto.

Ottenute le borse, io e tre amiche: Elena, Elisa e Federica, il 17 luglio del 2001 siamo partite alla volta di Natal, capitale dello stato *Rio Grande do Norte*.

Dopo dieci ore di volo e cinque di macchina, siamo arrivate a Tremembè. Ed è lì che è iniziata la nostra avventura.

### **18 luglio 2001**

All'aeroporto sono venuti a prenderci con un pulmino bianco (di quelli che da noi si usavano una volta, con i sedili piccoli e finestrini che si aprivano solo un pezzo). Il viaggio è stato divertente, durante il tragitto il conducente e il suo compagno hanno tenuto la radio della macchina ad un volume da discoteca...solo in quel momento mi sono resa conto d'essere in Brasile. La cosa che mi ha colpito di più quando sono

---

<sup>331</sup> Cfr. L. Ricolfi, *La ricerca qualitativa*, Nis, Roma 1997, pp. 88-89

arrivata è l'odore dell'aria: non so paragonarlo a niente da me conosciuto, forse è proprio il profumo della terra.

Durante il viaggio in pulmino ho assaggiato la famosa *Tapiocca*, di cui in tanti, prima di partire, mi avevano parlato: credo di non aver mai assaggiato nulla di più disgustoso! Ce l'hanno offerta per strada, amici dei nostri autisti. Ero a conoscenza del forte senso dell'ospitalità dei brasiliani, e certo, non volevo offendere nessuno ma quella strana tortina molle, proprio non riuscivo a mandarla giù. In quel momento ho apprezzato molto la presenza di Federica che, per piacere o per forza, si è mangiata anche la mia fetta.

Finalmente arriviamo alla pousada, l'ambiente attorno a noi risponde esattamente alle aspettative: l'oceano è bellissimo nella sua brillante immensità, l'acqua pulita, la sabbia soffice e dorata. La pousada è una struttura bassa, un solo piano, come del resto tutte le abitazioni che ho osservato arrivando fin qui. Al suo interno c'è un meraviglioso cortile con appese delle amache. Per la prima volta schiaccio un sonnellino in questo 'letto dondolante'... non credevo fosse tanto comodo!

Appena arrivate ci mostrano le nostre stanze: io ed Elena dormiremo insieme, Federica ed Elisa nell'altra. I muri sono bassi, e tra questi e il soffitto c'è una fessura (le case sono basse e hanno questa struttura perché così rimangono più fresche), le piastrelle per terra sono tutte sbavate di cemento, forse chi le ha posate non era del mestiere. Abbiamo anche un bagno, (non credevamo ci fosse un bagno per stanza!): è bianco e ha una doccia aperta, dalla quale scopriamo uscire acqua fresca e salata.

Nel pomeriggio andiamo a Tremembè, tutte sul *Fiorino* della pousada: Gabriella (la volontaria giunta a Tremembè per sostituire il gestore) alla guida, Federica davanti ed io. Elisa ed Elena, dietro nel cassone. Appena arrivate in paese ci accorgiamo di quanto questa gente sia ospitale: tutti ci salutano, non lo fanno con diffidenza, ma con curiosità. Siamo arrivate da poche ore, ma abbiamo già conosciuto molte persone. Per il momento non mi sento trattata da 'turista', questa gente non mi fa

sentire fuori luogo, mi sembra solo un po' curiosa di conoscerci, del resto anch'io sono curiosa di conoscere loro. Faccio molta fatica a capire quando mi parlano, il corso di portoghese non mi è servito molto. Per fortuna c'è Elena che con il suo spagnolo traduce per tutti.

La sera andiamo a Icapuì: il paese mi piace, nel mezzo ha una bella piazza attornata da casette coloniali, ci sono anche dei negozi, un panificio,... Abbiamo anche adocchiato un locale, all'interno ci sono delle scritte sui muri e un'icona del *Che*.

Abbiamo conosciuto p.Lopez, un uomo straordinario, è un sacerdote, ma per svincolarsi da qualsiasi imposizione della chiesa, ha rinunciato allo stipendio e per mantenersi lavora come impiegato nel piccolo ufficio della banca a Icapuì.

## **19 luglio 2001**

Oggi ci siamo alzate praticamente all'alba, ma non è stato un problema visto che ieri siamo andate a letto molto presto. Qui il sole tramonta alle cinque e mezzo del pomeriggio, in contemporanea si alza la marea (qualche volta dopo quell'ora diventa addirittura impossibile raggiungere la pousada in auto). Decidiamo di andare a Redonda, un paese qui vicino dove sembra che la gente abbia organizzato una sorta di resistenza contro gli investimenti stranieri sulla costa. Siamo noi quattro, Gabriella, Marcio, Annalise (figlia di Bosco) ed io. Redonda è un posto meraviglioso, mi sento qualcosa di infinitamente piccolo di fronte a questa distesa di colori e profumi.

Sembra di vivere un film tanto è irrealistico quello che abbiamo davanti. Durante il tragitto da Tremembè a Redonda abbiamo conosciuto un sacco di gente. Alla partenza siamo in sette, ma durante il percorso carichiamo tutti quelli che fanno l'autostop o che vanno a piedi: qui sono pochi quelli che possiedono una macchina o una moto, e il tratto di strada che va da Tremembè a Morro Pintado (dove passa la strada principale per

Icapuì), non è percorso da nessun ‘omnibus’, così la gente è costretta a muoversi con mezzi di fortuna o a piedi.

Comincio a comporre le mie prime frasi in portoghese, prima o poi devo rischiare, a costo di fare delle figuracce.

La sera a cena sono venute a trovarci donna Fabiana con Ennia: il piccolo Leonardo (figlio di Ennia) ci fa mille domande alle quali io fatico a rispondere. Per la prima volta Leonardo ha assaggiato un cucchiaino di Nutella, non sembrava molto entusiasta. Per il momento siamo le uniche clienti in pousada, anche se ci hanno detto che tra qualche giorno si riempirà di gente... tutti italiani, peccato.

## **20 luglio 2001**

La pousada non eccelle per pulizia ed efficienza: che sia una questione culturale o si potrebbero evitare alcuni piccoli incidenti?

Ennia, l’addetta alle pulizie, è molto flemmatica, lavora quando le pare, decide in tutta autonomia cosa fare e, a volte, non si presenta nemmeno in pousada. Diverse volte le è stato richiesto più impegno, sia dall’associazione Caiçara, sia da Gabriella, ma non c’è stato niente da fare, lei continua a fare a modo suo. Mi chiedo se anche questo sia un vincolo culturale, oppure se si tratti di una scelta di comodo. Se la pousada è ideata per dare ospitalità ai turisti dovrebbe garantire un certo standard igienico, non si può pensare che tutti siano in grado di adattarsi. Credo che su questo punto ci sia molto da riflettere.

Più mi fermo ad osservare quello che ho attorno più mi accorgo che la pousada si trova in un posto veramente meraviglioso, forse è proprio questo quello che ha visto Colombo quando è sceso dalla caravella: il mare pulitissimo, la spiaggia con le sue mille sfumature dorate, i forti colori della terra. Persino il cielo qui è più azzurro e la sera le stelle sembrano più grandi. Riflettendo, però, mi accorgo che qui non c’è molto che possa interessare il turista medio, non ci sono intrattenimenti,

locali, svaghi... Solo un amante della natura e degli indios può gradire di venire da queste parti.

Ma allora il turismo responsabile è una proposta per pochi eletti, che amano la tranquillità e che si adattano a tutto, o può essere una proposta per tutti?

Per la prima volta nella mia vita mi sento addosso il peso della mia cultura. Non riesco ad esprimere con delle parole quello che provo, è una sensazione strana, che mi deriva dalla consapevolezza d'essere diversa.

Girando per il paese vedo che ci sono anche un bar e un piccolo negozio al dettaglio. Il negozio è dei genitori di Wilnj e Monica, due ragazze simpaticissime, la prima una volta ricopriva il ruolo di Ennia.

Abbiamo anche visto un'altra pousade *La pousada del Sol*: il proprietario è un trentino proveniente da Storo che ha sposato una ragazza di Tremembè. I rapporti con loro sono buoni, non sembra esserci antagonismo tra i due locali. Al momento non hanno ospiti e ci hanno portato a visitare le camere, sono uno spettacolo, tutte in legno massiccio, curate nei particolari, pulitissime, senza sabbia sul letto, è proprio ospitale. Ci fermiamo qualche ora nel terrazzo della pousada a chiacchierare con Monica e Wilnj. Scopriamo che qui non si usa mangiare il cocco secco come facciamo noi, loro lo mangiano solamente quando è verde, altrimenti lo usano per fare farina.

Anche questa giornata è trascorsa tranquilla... se non fosse per la sabbia che mi ha interamente coperto il letto! Mi dovrò abituare a dormire in veranda.

## **21 luglio 2001**

Oggi siamo venute a Pereiro, da padre Gino, per arrivare qui ci sono volute cinque ore e mezza di omnibus: siamo partite alle sei del mattino e siamo arrivate alle tredici e trenta.

Mi sono resa conto che qui non ci sono orari per gli autobus e gli utenti aspettano pazienti, nessuno si arrabbia, sembra che non ci siano impegni o orari da rispettare. Chi viaggia sa quando parte ma non sa quando arriva!

Abbiamo attraversato dei territori meravigliosi, ai confini con l'Amazzonia. Lungo il tragitto ci sono gruppi di case, due tre per nucleo, sperdute nei posti più deserti. Danno l'impressione d'essere molto povere, sembrano stare in piedi quasi per miracolo: molte costruzioni sono di taipa.

Ci hanno detto che le autorità locali stanno cercando di disincentivare questo tipo di abitazioni: sembra che nella terra delle mura nidifichino degli insetti pericolosi per l'uomo, ma con quello che costano mattoni e cemento, sarà difficile far cambiare quest'abitudine alla gente.

Ciò che mi pare più strano è che quasi tutte le abitazioni, anche quelle più fatiscenti, sono dotate dell'antenna parabolica. Mi sono informata sul costo: un'antenna costa più o meno 300 R\$, (300.000 £), più del doppio di uno stipendio minimo (per chi ha la fortuna di lavorare). Evidentemente il televisore da queste parti ha un fascino irresistibile e la gente riesce a risparmiare pur di averla!

Pereiro è veramente molto carina, qui c'è la vita brasiliana che immaginavo: feste, musica, allegria. Mi accorgo che qui nessuno ascolta musica da solo, nemmeno in macchina, tutti tengono i volumi delle radio talmente alti che girando per le strade si sente musica ovunque.

Oggi in paese si è tenuto il funerale d'un ragazzo di ventuno anni, morto di cirrosi epatica. Padre Gino ci ha spiegato che il problema dell'alcolismo sta dilaniando il paese, soprattutto i giovani.

Passeggiando notiamo gli sguardi incuriositi degli abitanti. In effetti siamo facilmente riconoscibili come straniere: un po' per il modo di vestire, qui vanno in giro tutti praticamente nudi, un po' per le nostre facce pensierose e stupite. La sera partecipiamo ad un'asta di paese, una specie di pesca di beneficenza. Devo dire che mi sono divertita molto, anche perché padre Gino ha fatto di tutto per metterci a nostro agio.

Sono contenta d'essermi allontanata dalla pousada, qui è tutto molto diverso, l'allegria che c'è nell'aria conferma il mio stereotipo del Brasile, e ne sono molto felice!

## **22 luglio 2001**

Secondo giorno a Pereiro, mi sembra d'essere qui da una vita! Ho già conosciuto molta gente, forse ne ho conosciuta di più qui in due giorni che nel resto della mia vita.

Questo pomeriggio per la prima volta entro in una casa di taipa: è molto piccola, una sola stanza che fa da cucina e camera da letto. Nei muri si intravede lo *scheletro* della struttura, fatto interamente di legno, sembra che il fango serva solo per riempire i buchi tra un pezzo di legno e l'altro. All'interno c'è una piccola dispensa, fatta di assi, sulla quale sono posti un contenitore di terracotta per l'acqua e qualche scatola di latta. Il padrone di casa sta cucinando dei fagioli su di un fornellino, molto simile a quelli che noi usiamo per il campeggio. In casa non c'è altro, se non i ganci per appendere le amache. Quando entro in quella casa mi sento in imbarazzo, io sono vestita bene, ho mangiato bene, mi sono lavata.. sono tanto diversa dalla persona che ho di fronte, mi sembra quasi di offenderla semplicemente con la mia presenza. Ma nonostante tutto prevale la voglia di fotografare, di documentare per poter dire *'io sono stata qui'*. Chiedo all'uomo il permesso di fotografarlo, lì nella sua casa. Il permesso mi è concesso, ma credo più per rispetto che altro. Credo d'averlo messo in imbarazzo e mi dispiace molto. Chiacchierando ho l'impressione d'avere di fronte un grande uomo, una persona umile, che vive la sua condizione di povero non come una maledizione piovuta dal cielo, ma come una delle modalità di vita possibili. Sembra che ci dica: *'meglio questa baracca piuttosto che finire ammassato in favela'*.

Tornate a casa usciamo con delle ragazze del posto che ci portano a ballare in una specie di discoteca ricavata nel cortile di un'abitazione

privata. Mi diverto, anche se mi rendo conto che noi quattro siamo oggetto di studio per tutti quanti.

Le nostre amiche ci hanno praticamente scortate, non ci hanno lasciate sole un attimo facendoci ballare tutto il tempo con i loro fidati fratelli ed amici. Questa gente è veramente meravigliosa.

### **23 luglio 2001**

Ultimo giorno a Pereiro e triste giorno d'adii.

Mi dispiace andarmene, qui ho conosciuto tanta gente. Mi dispiace soprattutto lasciare Sara e Sabia (non so nemmeno come si scrivono correttamente i loro nomi!) che per me sono state delle splendide amiche. Oggi andiamo a casa loro, una delle piccole costruzioni all'interno del paese, resto colpita dalla grande dignità con cui ci fanno entrare. La struttura è molto piccola, l'arredamento decisamente povero, anche se non mancano CD e stereo a tutto volume. Ci offrono una torta buonissima, e chiacchierando trascorriamo insieme gran parte del pomeriggio. L'unico inconveniente sono le formiche che dal tetto mi piovono sulla testa. All'inizio pensavo che fosse sabbia o qualcosa trasportato dal vento, solo dopo mi accorgo d'essere coperta di minuscole formiche! Credo d'aver fatto anche una magra figura alzandomi di scatto... è stato spontaneo. Come tutte le case, anche qui, il muro non arriva fino al soffitto, le tegole del tetto sono a vista ed è facile che entrino insetti. Conosciamo anche la loro mamma, quanta tristezza nei suoi occhi quando ci dice che da sola non avrebbe potuto far studiare i suoi tre figli. Mi ricorda mia madre, la stessa dolcezza, lo stesso sorriso, la stessa tenacia. Non so se hanno un padre o qualcuno che vive con loro. Da quando sono qui ho visto talmente poche famiglie composte da entrambi i genitori: un po' per problemi di lavoro, un po' per cultura, gli uomini in casa non esistono.

Sabia e Sara, sono molto preparate, parlano dei problemi politici ed economici del loro paese con la destrezza d'un politologo. Sono le prime persone che incontro con forte coscienza civile, pienamente consapevoli della loro condizione e decise ad uscirne. Sono felice d'averle conosciute.

## **24 luglio 2001**

Ritorno a Tremembè.

Tutto il giorno in viaggio e poi eccoci qui, davanti a questo meraviglioso mare, che ci riflette i volti dei nostri amici lasciati per strada... che tristezza.

Io ed Elena vorremmo andare a visitare Fortaleza, qui ci dicono che è una città molto pericolosa, che non ci conviene andare da sole. Io sinceramente ci vorrei andare lo stesso.

In pousada niente di nuovo, per il momento siamo le uniche clienti e regna la solita monotona tranquillità.

## **25 luglio 2001**

Qui in pousada la giornata scorre tranquilla, fin troppo tranquilla.

Qualche volta m'infastidisce quello che ho attorno, mi sembra che Marcio ed Ennia non capiscano cose elementari; forse sono io che sono ossessionata da certe cose. Oggi, per esempio, ce l'ho con l'immondizia. Qui la tengono dentro il cortile, sotto la veranda. Ovviamente, con il caldo che fa, il 'profumo' che emana non è propriamente gradevole. Ho chiesto a Marcio se si poteva portarla fuori, ma lui mi ha risposto che all'aperto non può stare perché i cani selvatici la trascineranno ovunque. Visto che gli addetti alla raccolta passano solamente una volta alla settimana, si potrebbe costruire un recinto all'esterno della pousada,

tanto da proteggere i rifiuti dagli animali e dal vento. Proverò a proporlo un'altra volta.

Per la prima volta soffro di nostalgia, forse per questo vedo tutto nero: la pousada mi sembra sporca, sento dei forti odori, comincia ad infastidirmi l'idea di farmi ancora una volta una doccia fredda e salata.

Non so cosa darei per un bel bagno caldo...

Un altro problema m'assilla in questi giorni: da sotto il tetto piove sul letto una quantità inimmaginabile di sabbia portata dal vento tanto che la mattina ci alziamo completamente coperte. Questa notte, per la disperazione, ho dormito nell'amaca in veranda dove sabbia non se ne vede.

Certo, questo posto è meraviglioso, ma qualche modifica bisogna apportarla altrimenti è impensabile ospitare qui turisti, o meglio, si porterebbero solo quei pochi dotati di forte spirito d'adattamento. Bisogna anche dire che la struttura non è del tutto ultimata, per cui tanti lavori sono già stati preventivati anche se non ancora eseguiti.

## **26 luglio 2001**

Oggi andiamo a Fortaleza, accompagnate da Bosco. La sua famiglia abita qui (è sposato e ha due bambine) ma lui lavora ad Icapuì: ha una piccola industria tessile, dove confeziona divise per le scuole, ricama magliette, ecc. Bosco ci ha detto che qui è normale lavorare lontano dalla famiglia: lui ha amici che si sono trasferiti nelle grandi metropoli del sud, lasciando al nord le famiglie che non riescono a vedere quasi mai.

Il viaggio è stato divertente, in sei su una macchina (noi quattro, lui e sua figlia Stella), abbiamo pregato che non ci fermasse la polizia. Per quanto ne sappiamo l'esercito usa ancora metodi da vera dittatura. Non certo per tranquillizzarci, Bosco ci ha raccontato di un ragazzo tedesco che, con un amico brasiliano faceva il giro dell'America Latina in moto: fermati dall'esercito sono stati picchiati a sangue pur non avendo

commesso alcun reato: erano stati fermati semplicemente per il malfunzionamento di una lampadina dello *stop*.

Anche lui ci dipinge questa città come molto pericolosa, ci raccomanda di non portare macchine fotografiche o borse, ci suggerisce di attaccarci i soldi addosso o comunque di nasconderli bene. In questi giorni a Fortaleza c'è il  *Fortal*, il tradizionale carnevale fuori stagione. Per il momento non abbiamo ancora visto niente, siamo appena arrivate ed è già notte. Alloggiamo in una pousada veramente carina, la proprietaria sembra simpatica, ci sorride sempre. Da una prima occhiata non mi sembra che qui ci siano molti turisti stranieri, le stanze sono occupate solo da brasiliani.

## **27 luglio 2001**

Primo giorno in città. Vista così non sembra l'inferno che ci hanno descritto. Gente in giro se ne vede parecchia. Non mi dà l'impressione d'essere una città violenta o particolarmente sporca. Sicuramente qui non c'è niente che assomigli a quello che viviamo o a cui siamo abituati noi: effettivamente Fortaleza è più sporca e disordinata d'una città europea, ma è anche una realtà diversa, per questo ritengo che qualsiasi paragone sia fuori luogo.

Girando per le strade più verso il centro, non vicine alla costa, ci scontriamo con l'ambiguità di questo paese: in poche centinaia di metri si passa dalla bellezza sfarzosa di alcuni quartieri alla povertà più assoluta di altri.

In questi giorni di carnevale sono venuti in città anche i poveri delle favela: se ne vedono tanti per strada, sono facilmente riconoscibili, sembrano usciti da qualche fotografia di Medici Senza Frontiere: impolverati, girano impauriti e dormono dove capita.

Sto vivendo un momento strano, dentro di me convivono due emozioni fortemente in antitesi: ogni tanto, osservando quello che ho attorno, mi

sento bene, mi piace la musica, trovo simpatica la gente, mi sembra tutto una grande festa; in altri momenti mi sembra di vivere un vero e proprio incubo. In certe situazioni non riesco a tollerare ciò che mi circonda, soprattutto quando vedo bambini o persone d'una certa età stare male. In questi giorni di festa si vedono molti ragazzini e anziani dormire in strada, in realtà non si sa se siano vivi o morti. Avrei un grande desiderio di fare qualcosa, ma mi rendo conto che non posso fare nulla e tengo anch'io un atteggiamento del tutto indifferente. È come se stessi percorrendo la pellicola d'un film e percepissi quello che ho attorno come qualcosa d'irreale.

## **28 luglio 2001**

Alla fine ieri sera siamo andate al carnevale con altri ragazzi brasiliani ospiti in pousada. I nostri accompagnatori, due ragazzi di San Paolo (uno però lavora a Miami) e una ragazza della quale non ricordo la provenienza, sono stati veramente molto ospitali: ci hanno accudito e protetto per tutto il tempo della manifestazione. Ci tenevano per mano e ad ogni minimo movimento della folla ci strattonavano in giro per metterci al riparo.

Il carnevale qui è veramente una festa straordinaria, le attività si fermano, le strade si riempiono di gente. In questi giorni ci sono dai due ai tre milioni di persone in strada. Tutti ballano e cantano in un'allegria avvolgente spezzata (almeno per me) dalla vista della gente della favela: bambini e anziani che percorrono il corteo tra gli insulti della gente per raccogliere lattine vuote. Mi colpisce particolarmente un bambino, avrà sei o quattro anni (anche se qui dare un'età alla gente è molto difficile, i bambini sembrano sempre più giovani di quello che sono, e gli adulti sembrano sempre più vecchi): anche lui raccoglie lattine, il sacco nero che porta sulle spalle è più grande di lui. Mi fa una tenerezza infinita. Mi avvicino e gli sussurro in un orecchio *'Muito obrigada pelo você*

*trablho*<sup>332</sup>. Il mio portoghese non è certo dei migliori, non credo che mi capisca, gli regalo quei quattro soldi che ho in tasca. Non so se ho fatto bene o male, non so se l'ho offeso o reso felice, ma ancora una volta ho fatto, d'impulso, quello che mi andava di fare. Avrei dovuto fare finta di niente? Lasciarlo lavorare? Ho agito così solo per sentirmi una persona buona? Perché ho bisogno di sistemare la mia coscienza? Sicuramente il mio gesto, nella sua spontaneità, contribuisce a farmi sentire meglio. Certo non si cambia il mondo facendo la carità, ma forse, per un minuto, ho strappato un sorriso ad un bambino che era veramente troppo triste. Ed io, per un minuto, credo d'essere diversa da tutta quella folla indifferente, che tanto disprezzo solo perché capisco che mi assomiglia.

## **29 luglio 2001**

Terzo giorno a Fortaleza. È davvero una città imponente, appena arrivata qui non mi sono resa conto di quest'immensità. Mi spaventano i grattacieli (tutti alberghi) che arrivano fino a pochi metri dal mare: osservando la costa mi sembra quasi impossibile che possano rimanere in piedi.

Girando per le vie del centro abbiamo modo di scoprire quanto sia forte la divisione in classi in questa città. Fortaleza (come gran parte delle città sudamericane) è divisa in tanti quadrati, le strade infatti formano sempre degli incroci e sono praticamente tutte diritte. Ogni quadrato è un quartiere, abitato da una precisa classe sociale. Percorrendo pochi isolati si passa dal quartiere degradato, sporco e fatiscente a quello di classe, blindato dalla polizia in vedetta permanente.

Entriamo in uno di questi quartieri *alti*. Sembra di essere in un altro mondo: macchine lussuose, centri commerciali forniti d'ogni costosissima civetteria, grattacieli immensi (dicono che i 'ricchi' preferiscano abitare in grandi palazzi piuttosto che in piccole strutture

---

<sup>332</sup> *Molte grazie per il tuo lavoro*

perché sono più facili da difendere). Noi possiamo girare liberamente anche le zone 'altolocate' perché siamo europee. Per quanto ne sappiamo, non è così per tutti i brasiliani. Sembra quasi che tra i vari quartieri non ci sia alcun rapporto di continuità, la gente sembra divisa in 'compartimenti stagni', dove il contatto tra l'una e l'altra parte è impossibile.

Anche oggi siamo tornate al *Fortal* e abbiamo conosciuto un sacco di gente. In particolare un ragazzo della favela che insegna la *capoeira*<sup>333</sup> in una palestra della città.

### **30 luglio 2001**

Oggi saremmo dovute ripartire per Tremembè ma, visto che qui ci stiamo divertendo molto e abbiamo fatto amicizia con tanta gente, abbiamo deciso di fermarci un giorno di più.

In serata siamo andate a vedere ballare la *capoeira*, io mi sono limitata a guardare, le altre hanno pure ballato... quanto ridere!

La palestra dove entriamo era un posto da signori, ma qui insegna il ragazzo che abbiamo conosciuto ieri che è veramente una persona umile, dolce e simpatica. Dopo la lezione di *capoeira* siamo andate in un locale sulla spiaggia 'il Pirata': è stato divertente anche se un simpatico topo si ostinava a passeggiare tra i miei piedi.

La parte più triste è sempre quella degli addii: ci scambiamo numeri di telefono, indirizzi e-mail, indirizzi di casa, ma so che una volta partite, sarà difficile mantenere i contatti. L'unica certezza è che di questa gente mi rimarrà uno splendido ricordo.

### **31 luglio 2001**

---

<sup>333</sup> La capoeira è una danza d'origine africana

Eccoci ritornate a Tremembè, abbiamo le camere invase dalla sabbia e dagli insetti, così dobbiamo dormire nelle amache. Dopo cinque giorni a Fortaleza tornare qui non è molto bello, ma finalmente ho il tempo per riflettere: credo di non aver capito molto di quella città.

Adesso che ci ripenso mi fa proprio paura. Sono rimasta sconvolta nel vedere quanta divisione sociale c'è, non solo tra ricchi e poveri, ma anche tra bianchi e neri. Ci spiegano che qui il 'bello' è 'bianco', proprio il perfetto contrario che da noi: dalle nostre parti se uno è abbronzato significa che è stato al mare, che si è potuto permettere una vacanza di tutto riposo, in chissà quale località di villeggiatura. Qui invece solo chi ha la pelle pallida si può permettere di ricoprire certe cariche di potere, è lui che gode di prestigio e di conseguenza è bello, mentre il nero è il povero, quello che ha origini africane e probabilmente un passato generazionale di schiavo.

A Tremembè non si vede mai nessuno disteso al sole, siamo noi le uniche che azzardano un asciugamano in spiaggia: non ci possiamo lamentare se ci guardano con curiosità.

### **1 agosto 2001**

Oggi la giornata è noiosissima, siamo rimaste tutto il giorno in pousada a chiacchierare e dormire. Abbiamo bisogno di recuperare un po' di energie. Abbiamo fissato un programma per i prossimi giorni, è la prima volta che stabiliamo in anticipo cosa fare.

Sono le diciassette e trenta, tra un'oretta ceniamo, Marcio ci sta preparando dell'ottimo pesce e donna Fabiana ci ha portato un po' di aragoste già pronte: che cenetta!.

### **2 agosto 2002**

Ieri la pousada si è popolata, sono arrivati alcuni amici di Trento, ci siamo scambiati qualche informazione e poi tutti insieme siamo andati a

*Canoa Quebrada*, letteralmente ‘barca rotta’, dove mi sono divertita tantissimo. Canoa Quebrada è un villaggio creato da giovani Hippy negli anni sessanta. È la spiaggia più famosa del Cearà, a 150 Km a sud di Fortaleza, circa 60 km da Tremembè. Il paesaggio è spettacolare rocce rosse, dune di sabbia, oceano limpidissimo. Il paese è pieno di negozi d’artigianato, bar, ristoranti... Si tratta d’un posto meraviglioso, anche se qui tutti ne parlano come di un disastro ambientale e sociale. I locali dicono che Canoa è l’esempio di turismo che ha eliminato l’economia locale perché ha sostituito la pesca con altre attività economiche, costringendo gli abitanti a ritirarsi nell’entroterra.

Ci fermiamo in un locale, dove abbiamo modo di parlare con dei ragazzi. Definiscono Canoa un paese ‘unico in tutto il mondo’. Pur essendo brasiliani, originari della zona, non ci descrivono questo posto come uno scempio. Anche se, effettivamente, per un ragazzo che non si pone determinati interrogativi, questo posto è indubbiamente bello, come dicono qui è *divertido*.

Oggi mi sono resa conto del grande passo che ho fatto con il portoghese... finalmente capisco quando mi parlano.

### **3 agosto 2001**

Oggi un amico di p. Lopez avrebbe dovuto accompagnarci a visitare un accampamento dei Sem Terra. Siamo partite entusiaste, poi abbiamo scoperto che in realtà non si trattava di Sem Terra, ma di un accampamento di contadini che hanno ottenuto la terra direttamente dal prefetto, dopo il fallimento di un fazendero: che delusione, noi ci aspettavamo storie di lotte, rivendicazioni, impegno politico-civile.

Abbiamo deciso di rimanere qui alcuni giorni. Per appendere le amache ci offrono la Casa della comunità: è una stanza che assomiglia molto poco ad una stanza e molto di più ad una stalla. Credo che in origine qui

dentro ci fossero degli animali. Adesso per fortuna, almeno all'apparenza, ci siamo solo noi.

In realtà il posto è molto sporco, ci sono insetti morti ovunque, e a dire la verità ce ne sono molti anche di vivi. Il bagno è impraticabile, l'acqua non arriva e i servizi igienici non esistono. Mentre scrivo sono osservata da una megalucertola che mi auguro stia ben appesa al soffitto. In questo momento ho paura, mi sento molto a disagio, faccio veramente fatica a stare qui.

L'accampamento è molto povero: i contadini ci stanno offrendo tutto quello che hanno, sono gentili, ma io sono infastidita da tutto questo sporco. In questo momento vorrei essere a casa mia, se non altro per farmi un bagno. Oggi abbiamo mangiato solo pane e banane. Una famiglia ci ha invitate a pranzo, ma quando abbiamo capito che la tavola era imbandita solo per noi, non abbiamo praticamente mangiato niente, abbiamo solo sporcato i piatti.

Qui ci sono tantissimi bambini, sono i più simpatici di tutti, sembrano incuriositi dalla nostra presenza e ci seguono ovunque.

#### **4 agosto 2001**

Oggi abbiamo passato la mattinata all'accampamento: prima siamo andate a visitare i campi (per la prima volta sono salita su un carro trainato da un bue), poi ci siamo fermate a giocare con alcuni bambini, con loro riesco a comunicare con più facilità.

Qui coltivano soprattutto manioca (che utilizzano sia per alimentarsi sia per nutrire gli animali) e cajù, è incredibile quante cose riescano a fare con questo frutto: vino, marmellata, caramelle, lo utilizzano nei dolci, essicano il seme 'anacardo'.

Hanno anche un allevamento di capre che per loro sono una specie di tesoro e ne vanno molto orgogliosi.

Girando tra le case noto che qui riciclano tutto: bottiglie, vecchi vestiti, lattine... con le quali riescono a produrre oggetti d'artigianato e bigiotteria.

La terra è di proprietà della comunità, tranne qualche piccolo appezzamento che qualcuno ha voluto coltivare da solo. Si tratta infatti d'un organizzazione comunitaria dove il raccolto è di tutti e viene ridistribuito secondo necessità.

Non sono riuscita ad informarmi sull'amministrazione dell'accampamento, credo serva un buon leader per gestire una cosa del genere. In ogni caso, anche se questi contadini non sono gli affascinanti Sem Terra, sono contenta d'essere passata di qui, e credo che mi rimarrà un bellissimo ricordo di questa gente, della loro generosità e del loro orgoglio.

## **5 agosto 2001**

Eccoci arrivate a *Prainha do Canto Verde*<sup>334</sup>, alloggiamo in una stanza presa in affitto da una famiglia. La nostra camera è veramente bella, se non fosse che si sono dimenticati di pulire dall'ultima volta che qualcuno è stato ospitato qui! Abbiamo una specie di terrazzo che dà sul mare, anzi è proprio sul mare: quando viene l'alta marea per poco non abbiamo l'acqua in casa.

Tra il tetto e il muro ci sono appese delle lenzuola che vista la quantità di terriccio che si è accumulato nella pancia del telo, credo servano per raccogliere la sabbia trasportata dal vento. Bella idea, dovrò riferirlo in pousada.

Prainha è bellissima, anche qui il mare è meraviglioso e la gente sta sviluppando un progetto di turismo responsabile.

Abbiamo saputo che nel 1996 un imprenditore con un raggio aveva comperato tutti i terreni del paese: la gente, sentitasi derubata, è insorta

---

<sup>334</sup> Per ulteriori informazioni vedi capitolo successivo

e, dopo una lunga lotta giudiziaria, ha ottenuto legalmente la proprietà della terra.

Attualmente stanno cercando di sviluppare un progetto di turismo sostenibile. Uno degli ideatori di questo progetto è uno svizzero, tale Renè Schärer. Sembra che qui la gente abbia le idee molto chiare e, non avendo molti soldi da investire, propongono alloggi in abitazioni private. Nel 1997 il consiglio per il turismo della comunità scriveva: *“Desenvolver o turismo ecologico de forma comunitaria para melhorar a renda e o bem-estar dos moradores: preservando os nossos valores culturais e as belezas naturais da nossa região”*<sup>335</sup>.

La loro idea di turismo vede quest’attività come complementare alle altre, un integratore per l’economia locale.

Mi ha colpito una scritta dipinta su un muro all’entrata del paese: *“Quando a última árvore for abatida, quando o último rio for envenenado, quando o último peixe for capturado, somente então nós daremos conta de que não se pode comer dinheiro”*<sup>336</sup>.

## **6 agosto 2001**

Oggi siamo ritornate a Tremembè, abbiamo viaggiato tutto il giorno e adesso sono veramente molto stanca. Questa sera prepareremo una torta per festeggiare l’insediamento di Bosco in pousada, mi sembra veramente la persona più indicata per la gestione. Appena arrivato è entrato a controllare le stanze, i bagni, ha già pensato ad un impianto per l’acqua calda, ha fatto sistemare l’immondizia. Mi sembra proprio la persona adatta: speriamo che resista, perché in pousada ci sono ancora molti lavori da ultimare. Innanzitutto bisognerebbe risolvere il problema della sabbia che entra dappertutto, forse l’idea dei teli di Prainha non è

---

<sup>335</sup> “Sviluppare un turismo ecologico in forma comunitaria per migliorare la rendita e il benessere degli abitanti: preservando i nostri valori culturali e le bellezze della nostra regione”.

<sup>336</sup> “Quando l’ultimo albero sarà abbattuto, quando l’ultimo fiume sarà avvelenato, quando l’ultimo pesce sarà catturato, solamente allora noi ci renderemo conto che non si può mangiare il denaro”.

tanto male, costano poco e sono facilmente applicabili. Per quanto riguarda le pulizie basterebbe insegnare ad Ennia a pulire tutti i giorni (in verità chissà quante volte glielo hanno detto) e a sistemare la cucina. Mi chiedo se una certa trascuratezza sia un aspetto culturale: effettivamente riflettendo su quanto ho visto fino adesso, qui non c'è una grande cura per la casa. Sarà giusto spingere queste persone a tenere comportamenti diversi da quelli ai quali sono sempre stati abituati?

Bisogna anche riconoscere che se lo scopo della pousada è quello d'accogliere i turisti, a questi dev'essere garantito uno standard abitativo decente.

Un altro problema è quello dell'estrema tranquillità del luogo: io non credo che un turista occidentale, che voglia conoscere il Brasile, si tratterebbe qui molto tempo. I posti sono decisamente meravigliosi, la spiaggia è incontaminata e deserta per chilometri, ma sono pochi i turisti che in una vacanza cercano solo la tranquillità. Anch'io, ragazza di ventiquattro anni, avrei difficoltà a scegliere questo posto come meta delle mie vacanze. O quantomeno mi tratterei qui solo qualche giorno. Ma allora è veramente possibile che un turismo rispettoso dell'ambiente e delle tradizioni locali, possa mantenere fede ai propri ideali, arrivando però a creare un ambiente che soddisfi le esigenze del turista? Forse è solamente una questione di tempo, in fondo la pousada è appena nata, bisogna anche darle il tempo di migliorare!

### **7 agosto 2001**

Oggi abbiamo fatto un programmino per i prossimi giorni: andremo in una Favela di Fortaleza, da p.Francesco Moser. Ho un po' di paura, ma sono tanto curiosa.

### **8 agosto 2001**

Siamo arrivate in favela, ospiti di p. Cico (nome brasiliano per p. Francesco). Per dormire ci ha ceduto la sua stanza dove abbiamo appeso le nostre amache. Lui vive con un altro padre, che però io non ho ancora visto. La loro casa è piccolissima, attaccata alla chiesa, hanno una minuscola cucina-soggiorno, uno spartanissimo bagno e le loro due camere. Non ho capito dove alloggerà padre Cico mentre noi occuperemo la sua stanza. Questa parrocchia è veramente molto attiva, ci sono proposte per tutti i gusti. Per il momento abbiamo conosciuto solo il gruppo delle ragazze, per lo più delle giovanissime madri e qualche ex prostituta.

Sono rimasta impressionata da quante bambine già madri ci sono qui, è spaventoso. P. Cico ci racconta di una ragazzina incinta a soli dieci anni, credevo che queste situazioni esistessero solo nei film. Ci fermiamo a parlare con qualcuna di loro: alcune sembrano avere più o meno la nostra età, in realtà sono molto più giovani, ma il trucco e i bambini che si portano appresso fanno pensare il contrario.

Da quando sono arrivata in Brasile, ho conosciuto solo una famiglia composta da padre, madre e figli, quella di Bosco. Di donne con bambini se ne vedono molte, ma solo in poche sono sposate e quelle poche hanno comunque avuto dei figli da altre relazioni. È una realtà molto strana ai miei occhi. Non che una donna non possa essere in grado di mantenere e educare i propri figli da sola, non sono neanche una sostenitrice della absolutezza del matrimonio, semplicemente mi sembra triste che gli uomini siano completamente assenti e svincolati da ogni responsabilità.

Qui è tutto particolarmente difficile: molti bambini già a 5/6 anni, si drogano fumando colla (dicono che faccia passare i crampi allo stomaco per la fame) e le bambine si prostituiscono. Poco tempo fa una ragazza di quattordici anni è stata operata per una trombosi dovuta all'uso di sostanze stupefacenti.

I bambini sono veramente tanti, ma qui a differenza dei piccoli amici conosciuti all'accampamento di contadini, sono tutti tristi, sporchi, non parlano mai.

Se esiste l'inferno allora credo che assomigli a questo posto!

### **9 agosto 2001**

Oggi siamo andremo a visitare la favela, accompagnate da una maestra dato che p. Cico non ci permette d'allontanarci dalla parrocchia da sole. Mi sembra di vivere in un altro mondo, a volte mi accorgo che faccio di tutto per non pensare. Ho appena finito di pranzare: ci hanno portato quello che cucinano per i ragazzi e per i padri. Anche se ho fame non sono riuscita ad inghiottire nulla, faccio fatica a digerire tutto quello che ho attorno. Da una parte vorrei fermarmi qui per qualche tempo, questo è un ambiente che mi piace, dall'altra non vedo l'ora d'andarmene.

### **10 agosto 2001**

Terzo giorno in favela, una giornata da non dimenticare. Padre Cico ci ha accompagnato a visitare una riserva india, *Pitaguary*, un posto estremamente affascinante.

Il rappresentante della comunità si è presentato a noi con il tradizionale copricapo fatto di piume. Ci racconta delle dure lotte affrontate per ottenere la proprietà della terra, le difficoltà che questa gente tutt'oggi deve sostenere per poter sopravvivere.

La riserva è pulita, ordinata, la gente parla piano, tanto da creare un'atmosfera quasi mistica.

Visitiamo il luogo di tortura degli indio durante la schiavitù. Gli indio subivano spesso pesanti torture dai coloni perché ritenuti meno produttivi degli schiavi africani. Andiamo anche alla scuola della

riserva: sia i bambini che la maestra portano il copricapo di piume, non ho capito se è un trattamento speciale riservato a noi o se è l'abbigliamento abituale.

Nel ritorno in favela ci fermiamo a casa di un'antropologa, amica di p. Cico. Questa signora dai capelli completamente bianchi, lenta nei movimenti, apparentemente anziana, sta curando uno studio sugli indios di Tremembè. Ci racconta della sua vita da ragazza, degli stenti, della decisione di stabilirsi alle porte di Fortaleza, della paura di svolgere il suo lavoro durante la dittatura. Credo che questo sia stato uno degli incontri più toccanti del mio viaggio, un po' per il mio interesse per l'antropologia, un po' perché finalmente riesco a capire il portoghese, ed è veramente bello ascoltare questi racconti senza l'aiuto dell'interprete.

Tornate in favela ci fermiamo con i ragazzi che ballano la capoeira: sono abbagliata dalla bellezza di uno di loro, credo di non aver mai visto un ragazzo così bello ballare e cantare così. Mi sono convinta che questa gente la musica ce l'ha nel sangue, si muovono in una maniera così armoniosa, che sembra quasi che abbiano sviluppato una muscolatura su misura.

Siamo anche andate ad un incontro con le donne della parrocchia, ragazze e signore d'ogni età che s'incontrano due volte alla settimana per discutere dei loro problemi. È un'esperienza particolare. Inizialmente sono molto impacciata, dopo un esercizio di training autogeno ci fanno correre per la stanza (che peraltro è la chiesa) urlando: dicono che sia un modo per buttare fuori le tensioni. Io mi sento veramente ridicola. È bello ascoltare i racconti di tutte queste donne, mi rendo conto che loro sono il vero motore di sviluppo e di cambiamento. Sopportano condizioni di vita inaccettabili: mantengono i figli da sole, spesso subiscono violenze dei propri compagni che passano il tempo a scolarsi bottiglie di *çerveja*. Eppure, nonostante tutto, non hanno perso la speranza, hanno messo su una cooperativa per la produzione di medicinali omeopatici, fanno lavori artigianali, si occupano di politica. Sono loro il futuro del

Brasile, queste donne che lottano ogni giorno per sopravvivere, senza perdere mai il sorriso.

### **11 agosto 2001**

Questa mattina siamo partite dalla favela, che tristezza! Abbiamo lasciato a p. Cico tutti i soldi che avevamo, tenendo per noi solo il necessario per l'autobus.

Fatalità della sorte, proprio mentre stiamo partendo, ci propongono di accompagnarci in un accampamento Sem Terra, che meraviglia: peccato che i soldi che abbiamo bastino appena per andare all'accampamento, con cosa torneremo alla pousada?

Ci guardiamo in faccia un po' impaurite, certo non possiamo ritornare da p. Cico a riprenderci i soldi. Ci viene in mente una frase di Gabriella: *"In Brasile basta non avere fretta, il resto si risolve"*. E così decidiamo di andare e poi... poi si vedrà.

Arrivate all'accampamento non mi sembra vero di conoscere i veri Sem Terra, quelli che si sono guadagnati la terra dopo anni di lotte e occupazioni illegali, vivendo di stenti. Le strade per arrivare al villaggio sono pulitissime, le staccionate che delimitano l'appezzamento tutte perfettamente diritte, anche in questo caso ho l'impressione di entrare in una realtà completamente slegata da tutto il resto.

Il personaggio più emozionante che conosciamo è una suora: vivo un vero e proprio conflitto interiore nel dover ammettere che anche gli uomini e le donne di chiesa qualche volta sono delle persone veramente coraggiose. Lei è una gran donna, qui dicono sia stata uno degli elementi trainanti della rivolta, ha capeggiato ed incoraggiato la sua gente a combattere per i propri diritti. Ci mostrano delle foto che ritraggono l'accampamento fatto di tende fatiscenti, senza acqua e fognature. Sono rimasti in queste condizione per ben quattro anni, si sono scontrati

fisicamente con l'esercito, alcuni di loro sono morti, ma sono riusciti a resistere e ad ottenere la terra.

Sono stupita quando questa donna minuta, dall'aspetto divertente, ci mostra un cartellone, realizzato per una manifestazione a Fortaleza, con scritto: "*Para escutar o coração do povo não precisa ser médico basta ter coração*"<sup>337</sup> firmato *Che*. Mentre io, tutta contenta e un po' destrutturata nelle mie convinzioni, fotografo la scritta, la suora ci canta la canzone dei Sem Terra... mi fa rabbrivire.

Questa volta mi è costato veramente tanto tornarmene a Tremembè, questi ultimi giorni in Brasile sono stati decisamente meravigliosi, non potevamo farle prima queste cose?

Il ritorno alla pousada risulta un po' travagliato, un pezzo del tragitto lo facciamo con l'autobus, poi vista l'ora tarda siamo costrette a prendere un taxi... che ridere quando il taxista si accorge che non abbiamo un soldo: ci accompagna fino in pousada (con l'alta marea) perché non si fida a lasciarci andare da sole a piedi, pensa di rimetterci la corsa.

La sera andiamo a ballare il *Forró* ad una festa paesana qui vicino. Affittiamo il *Fiorino* della pousada, e partiamo. Carichiamo un po' tutti quelli che incontriamo per strada.

Questa notte c'è un cielo incredibile, le stelle sembrano grossissime, si vede la croce del sud e la luna sembra un grande sorriso in mezzo a questo incredibile blu. Credo proprio che questo momento mi rimarrà nel cuore per sempre.

## **12 agosto 2001**

Che tristezza, sento aria di partenza. Proprio adesso che mi sono ambientata, che capisco un po' di portoghese. Oggi ho dovuto salutare anche Bosco e le sue bambine, mi sono affezionata tantissimo alla piccola Stella, magari un giorno la rivedrò.

---

<sup>337</sup> "Per ascoltare il cuore del popolo non è necessario essere un dottore, basta avere un cuore"

Oggi sono stata tutto il giorno in pousada, ho letto un po' e poi sono andata a guardarmi l'oceano. Credo che questi ultimi momenti in Brasile rimarranno racchiusi indelebilmente nella mia memoria.

Questa sera in pousada c'è una festa, abbiamo invitato anche la gente del villaggio, chissà come andrà a finire.

### **13 agosto 2001**

Ieri la festa è stata davvero carina, c'eravamo noi, gli altri amici di Trento, la compagnia di Mlal, un po' di abitanti di Tremembè. Non ci posso credere che me ne sto andando, in questo momento mi sembra d'essere appena arrivata. Se potessi scegliere mi fermerei almeno un'altra settimana. Adesso mi trovo molto meglio qui, sono più a mio agio, sono più tranquilla. Ripensando a quanto è successo in questo mese mi rendo conto che tante cose le devo ancora digerire. Ho conosciuto tanta gente, toccato con mano la povertà di questa popolazione. Mi rendo conto d'essere cambiata, questo viaggio mi ha arricchita ed impoverita allo stesso tempo. Quando tornerò a casa dovrò fare i conti con i sedimenti interiori di questa straordinaria esperienza, dovrò rivedere i miei schemi mentali, abbandonare i confini entro cui ho imprigionato la mia mente.

### **3. RIFLESSIONI CONCLUSIVE**

Riprendendo in sede di riflessioni conclusive le considerazioni metodologiche sulla sociologia autobiografica avanzate all'inizio di questo capitolo, possiamo tentare una sintetica definizione delle principali acquisizioni del nostro percorso diaristico.

Abbiamo visto che la traduzione sul piano scientificamente apprezzabile delle impressioni raccolte nel diario deve tener conto dei limiti già enunciati in premessa. Questa metodologia che appartiene all'osservazione partecipante fa del ricercatore lo strumento della ricerca e in qualche modo legittima la selezione soggettiva dei dati. Il presente lavoro infatti, privilegia di gran lunga il piano relazionale, della comunicazione e delle relazioni interpersonali a discapito di altri aspetti ugualmente importanti ai fini della ricerca. Oltre tutto lo studio ha riguardato una piccola realtà ed una limitata esperienza, che riducono ulteriormente la già menzionata non generalizzabilità dei risultati. Tuttavia si tratta di un insieme di informazioni autentiche perché raccolte attraverso la presenza diretta dell'osservatore: questo ha permesso di cogliere aspetti anche sul comportamento non verbale, registrati nell'istante in cui si sono manifestati, nel loro ambiente naturale. In particolare possiamo soffermarci su alcuni di questi dati.

### **3.1 OSPITALITÀ**

Il diario attesta che gli ospiti (cioè noi stessi) non si sono mai sentiti non voluti, pur essendo dei turisti non hanno notato distacco nei loro confronti da parte dei locali. A Tremembé la gente era incuriosita dalla loro presenza: i locali chiedevano informazioni sui costumi e modi di vita dei loro ospiti, così come questi ultimi si facevano raccontare particolari delle abitudini del posto. Non è chiaro se l'ospitalità dimostrata fosse in realtà un trattamento in qualche modo riservato a quattro ragazze straniere in vacanza da sole, questo per dire che i rapporti con un gruppo di turisti d'altro tipo sarebbero potuti essere anche diversi. Anche se in realtà l'impressione è che questa gente fosse veramente ospitale e gentile con tutti, cosa che si nota in vari passaggi del racconto diaristico: quando si condividono impressioni con altri viaggiatori. Altro elemento fondamentale nella creazione di questo rapporto di reciproca cordialità è a nostro parere dovuto anche alle

caratteristiche delle turiste, particolarmente inclini al dialogo e guidate da una reale voglia di conoscere.

Non sono state rilevate grosse differenze tra le situazioni che si creavano nei piccoli paesi e quelle nella grande città. Probabilmente nei piccoli centri si notavano di più gli sguardi incuriositi della gente, per altro non proprio avvezza ad incontrare turisti sulle rive incontaminate del loro mare, così come nella grande città era più facile a passare inosservati. La metropoli tende a minimizzare le differenze e in alcuni posti le turiste potevamo persino essere scambiate per brasiliane.

### **3.2. STRUTTURE DI ACCOGLIENZA**

L'esperienza riporta vari esempi di alloggi incontrati lungo il cammino, non sempre si è trattato di strutture pubbliche, spesso erano case private di missionari o di gente del posto. Solamente a Fortaleza, Prainha do Canto Verde e Tremembè si è alloggiato nelle tradizionali pousade. Non tutte queste strutture sono organizzate e gestite nello stesso modo, né rispondono a standard igienici predefiniti. A Tremembè la recente pousada necessita di qualche intervento (impianto per il riscaldamento dell'acqua, sistemazione delle camere per ripararle dalla sabbia,...) che la renderebbe decisamente più accogliente. Peraltro in paese c'è un'altra pousada: *La pousada do soul*, si tratta di una casa costruita secondo i dettami architettonici del posto, molto curata nell'arredamento e molto pulita. Sembra esserci una grossa differenza tra le due strutture, forse dovuta al fatto che quest'ultima è privata, di proprietà d'un trentino emigrato in Brasile a seguito d'un matrimonio, quindi curata da una persona con una certa capacità di spesa, mentre la struttura dell'associazione di Martignano, essendo gestita in forma cooperativa da due associazioni, è più difficile da amministrare.

Anche la pousada di Fortaleza appare molto pulita, ben arredata, quasi un piccolo albergo, decisamente confortevole, una struttura dove fare il

‘turista responsabile’ (almeno per quel che riguarda la scelta dell’alloggio) può essere decisamente piacevole.

A Prainha la camera sembra non brillare per l’igiene ma appare comunque molto accogliente.

Non vengono menzionate quasi mai le grandi strutture alberghiere, quegli immensi grattacieli che spuntano dalla sabbia sono presenti solo nelle grandi città: Fortaleza e Natal, che sono per altro gli unici posti della zona interessati dal turismo organizzato dai tour operator.

### **3.3. CAPACITÀ DI ADATTAMENTO**

Per affrontare un viaggio di questo tipo è indispensabile lasciare a casa le proprie abitudini, siano esse alimentari, culturali o di vita in generale. Questo non sembra dare garanzie al turista che si potrà trovare comunque in situazioni in cui avrà difficoltà a capire e tollerare il comportamento dei locali.

Il diario sottolinea più volte la fatica investita nel cercare d’adattarsi ai ritmi dei brasiliani che vivono alla giornata, non sono ossessionati dallo scorrere del tempo, non hanno orari... Così può capitare di stare ore davanti alla fermata di un autobus o davanti alla porta chiusa di un ufficio.

La capacità d’adattamento è una buona compagna anche quando si cerca un posto dove dormire o mangiare. Anche se non si notano particolari problemi nell’adeguarsi alla cucina brasiliana: caratterizzata da un modo semplice di cucinare ogni tipo di pietanza: dalla carne al pesce, dalle verdure ai dolci. Si deve stare attenti a mangiare la verdura cruda e la frutta non sbucciata, ma in ogni caso, facendo un po’ d’attenzione si può gustare tutto.

A parte le piccole precauzioni legate a questioni alimentari, la preoccupazione più grande, anche se mai menzionata nel diario, era legata alla paura di prendere qualche malattia, in particolare il *dengue*. Il

Cearà è zona endemica di *dangue*, una malattia tropicale comune a molti paesi della fascia equatoriale. Percorrendo le strade non è raro vedere enormi cartelli che mettono in guardia per questa malattia portata come la malaria da una zanzara. Provoca febbre altissima dopo un'incubazione di circa dieci giorni.

### **3.4. PERCEZIONE DELLA DIVERSITÀ**

Ognuno di noi quando viaggia si porta appresso tutta quella che è la sua cultura, per tanto che ci si sforzi di capire gli altri e per tanto che gli altri si sforzino di farci sentire a nostro agio, ci si sente comunque diversi. In Brasile, l'idea del 'diverso' assume una valenza del tutto particolare, non esiste un 'brasiliano tipo' attraverso il quale identificare un 'diverso'. In queste terre popoli ed etnie si sono mescolati dando origine ad una società dove la gamma dei toni umani è infinita: culture, fedi e colori della pelle diversi convivono pacificamente nella reciproca tolleranza.

### **3.5. COMUNICAZIONE**

In Brasile la lingua ufficiale è il portoghese, anche se alterato nel lessico e nella pronuncia dall'adozione di modi indigeni ed espressioni introdotte dai coloni europei, in particolare italiani e tedeschi. In realtà, secondo l'antropologo M. Polia in Brasile ci sono ancora 247 lingue viventi<sup>338</sup> (anche se in realtà i documenti brasiliani ne contano 170).

Il problema della comprensione della lingua viene più volte menzionato, con tutta probabilità questo viaggio sarebbe stato molto più utile se la conoscenza della lingua fosse stata più profonda, infatti servirsi di un

---

<sup>338</sup> Cfr. M. Polia, *Gli indios dell'Amazzonia*, Xenia, Milano, 1997

interprete è noioso, allunga la conversazione, fa perdere il filo del discorso e soprattutto non dà la possibilità di chiarirsi fino in fondo.

### **3.6. RISVOLTI ECONOMICI**

Il turismo responsabile è fortemente legato all'idea di consumo critico, questo significa che viaggiatori di questo tipo dovrebbero interrogarsi sulla destinazione del denaro speso in loco.

Infatti una delle prerogative del turista responsabile è quella di scegliere meticolosamente tutto ciò che acquista, privilegiando prodotti e finanziando strutture il più possibile rispettose dell'ambiente, gestite da gente locale, che non siano legate a strutture multinazionali, che permettano un ricircolo del denaro in loco...

Il diario conferma questo impegno, sia nella scelta delle strutture dove alloggiare (si è trattato sempre di piccole pousade con pochi dipendenti e con pochi posti letto), sia nell'acquisto dei 'souvenir' quali prodotti d'artigianato locale.

Non è secondario sottolineare che le pousade sono decisamente economiche rispetto ai lussuosi alberghi presenti sulla costa, inoltre strutturalmente sono meno d'impatto, generalmente rispondono agli stili architettonici del posto e soprattutto sono espressioni dell'imprenditoria locale.

Per quel che invece riguarda l'artigianato, in Brasile si trovano molte cooperative che acquistano i prodotti creati dai singoli produttori per poi rivenderli sul mercato. Si tratta di organizzazioni molto interessanti perché permettono anche ai piccoli e piccolissimi artigiani di immettere i propri manufatti sul mercato.

Questo viaggio è stata un'immersione in un altro mondo, che ha permesso ai turisti di vedere quel Brasile che nessun tour operator

descriverà mai su di un dépliant: un Brasile di musica e allegria ma anche di povertà e ingiustizia.

## CAPITOLO SESTO

# UN'ESPERIENZA DI TURISMO SOSTENIBILE: PRAIÑA DO CANTO VERDE

“La terra vi concede i suoi frutti, e non saranno scarsi se solo saprete riempirvene le mani. Scambiandovi i doni della terra scoprirete l’abbondanza e sarete saziati. Ma se lo scambio non avverrà in amore e in generosa giustizia, rende gli uni avidi e gli altri affamati”<sup>339</sup>

*Prainha do Canto Verde* è una località sull’oceano che dista 120 km da Fortaleza, una località dove il mare è bellissimo e le spiagge praticamente deserte.



In questo posto la gente vive soprattutto di pesca, molto importante è quella dell’aragosta ma si tratta di una zona ricca anche di altre specie ittiche: *cavala, serra, guaiùba, agulha, bonito, arraia, dentão, cioba,*

---

<sup>339</sup> K. Gibran, *Il Profeta*, Ugo Guanda Editore, Parma 1997, p.55

*pargo*. Questa spiaggia è meta preferenziale anche delle tartarughe, che si possono avvistare con frequenza in quanto si spingono sulla costa in cerca di cibo.

Abbiamo ritenuto interessante parlare di Prainha perché si tratta di un caso d'opposizione al turismo. Una battaglia nata e combattuta dalla gente che avvertiva come ingiusto il fatto che persone venute da fuori con un po' di denaro potessero realizzare progetti sulla costa senza nemmeno chiedere un parere alle famiglie che vivevano lì da generazioni. Si è trattato di una lotta cittadina per il riconoscimento dei propri diritti civili e politici, per avvalorare la propria sovranità sul luogo.

Secondo il racconto orale dei più anziani, i primi abitanti sono arrivati qua nel 1850 trovando sostentamento nella pesca<sup>340</sup>.

Fin da allora hanno cercato una modalità amministrativa che coinvolgesse il più possibile i cittadini. Nel 1989, con l'aiuto del Centro di Difesa e Promozione dei diritti umani (*Centro de Defesa e Promoção dos Direitos Humanos*) venne fondata l'Associazione degli Abitanti della comunità, con lo scopo di vigilare sulle scelte politico-amministrative del comune.

L'impegno civile si è visto anche nel 1993, quando quattro pescatori e due abitanti di Prainha andarono a protestare a Rio de Janeiro, per informare l'opinione pubblica della povertà in cui versa il Nord-Est brasiliano.

Nel 1995 nacque il *Forum dos Pescadores do Litoral Leste*, associazione di pescatori dedita alla protezione delle attività economiche tradizionali. Attualmente, accanto a queste, sono nate altre organizzazioni che si occupano di Educazione, Salute, Pesca, Turismo e Artigianato.

La gente che abita queste terre è comunità organizzata, per questo si sono unanimemente opposti agli speculatori immobiliari, nella speranza di preservare la cultura locale e l'ambiente naturale.

---

<sup>340</sup> Cfr. Aa.Vv., *Prainha do Canto verde*, opuscolo informativo sulla storia.

## **1. IL PROGETTO TURISTICO DI PRAINHA DO CANTO VERDE**

Nelle regioni costiere il turismo ha indotto il Brasile ad una speculazione fondiaria pervasiva, facendo lievitare i prezzi dei terreni e rendendoli praticamente inaccessibili ai locali. Le autorità non intervengono o quantomeno non proteggono la gente che spesso non si rende conto della gravità della situazione.

Prainha, sotto quest'aspetto è una realtà sui generis. Nel marzo 2000 ha ricevuto il premio *Todo/99* dalla *Feira Internacional de Turismo en Berlim*, riservato al primo progetto brasiliano di turismo responsabile<sup>341</sup>.

L'idea di potenziare il turismo sostenibile in questo paese è sorta con la crisi della pesca dell'aragosta, principale fonte di reddito su questa costa. Negli ultimi dieci anni, infatti, la pesca del crostaceo è drammaticamente calata e ha costretto gli abitanti di Prainha a ricercare nuove fonti di reddito.

Riconosciuto il settore turistico come una delle attività che in questo luogo può produrre reddito, gli abitanti hanno subito stabilito delle regole, dei vincoli che limitassero questo nuovo settore ad essere solo un'attività integrativa di quelle tradizionali.

Bisogna ricordare che dal 1989 il governo del Nordeste sta promuovendo lo sviluppo turistico con l'appoggio del BID (Banco Interamericano di Sviluppo, che fa parte della Banca mondiale). Solamente per il Cearà sono stati stanziati 800 milioni di \$ per la creazione di infrastrutture quali strade, luce e rete idrica. Questo ha fatto sì che molti comuni della costa svendessero la propria terra agli investitori stranieri, perdendo contemporaneamente il proprio ambiente, le proprie specificità culturali, oltre alla propria terra. Oltre tutto questa manovra non ha contribuito alla redistribuzione della ricchezza tra gli abitanti e non ha nemmeno

---

<sup>341</sup> Cfr. [www.fortalnet/~fischnet](http://www.fortalnet/~fischnet)

aumentato i posti di lavoro, dato che la popolazione locale poco qualificata è ritenuta abile solo per ricoprire ruoli subalterni.

Tutto questo ha fatto sì che molti comuni della costa svendessero la propria terra agli investitori stranieri, perdendo contemporaneamente il proprio ambiente, le proprie specificità culturali e la propria terra.

Prainha do Canto Verde invece ha avuto una storia diversa, non ha venduto le proprie terre e ha cercato d'avviare una forma di turismo meno sfarzosa ma più rispettosa della realtà locale.

Ha così sviluppato delle forme cooperative che accanto alle attività tradizionali, come la pesca, si occupano anche di turismo sostenibile ed ecologico. Durante un seminario sul turismo tenuto nel 1998 proprio a Prainha (al quale hanno partecipato rappresentanti di ONG locali, studenti universitari, rappresentanti della segreteria *de meio ambiente e turismo* e rappresentanti del municipio) hanno elaborato la seguente strategia di sviluppo turistico:

- Creazione di una cooperativa di turismo e artigianato.
- Creazione di corsi di studio per operatori nel campo turistico.
- Sistemazione delle strutture già esistenti per ospitare questi corsi.
- Organizzazione di corsi per adolescenti e ragazzi sulla sessualità e droga.
- Incentivazione della diversificazione nella produzione di prodotti artigianali.
- Creazione di un centro per la vendita dei prodotti artigianali e per l'offerta degli alloggi.
- Creazione di un fondo per la solidarietà con le famiglie più bisognose.
- Sistemazione dei sentieri ecologici attraverso le dune, i boschi di cocchi e le lagune della regione.

Si legge sull'opuscolo informativo: "*Não precisamos ir muito longe para observar as conseqüências negativas do turismo quando este se*

*desenvolve sem o envolvimento da comunidade local, quando a prioridade è o lucro fácil de uma minoria endinheirada*<sup>342</sup>».

L'idea di sviluppo turistico ideata dagli abitanti di Prainha è un'idea di sviluppo 'morbido', che non crea problemi perché non è d'impatto e si integra appieno nell'economia locale. Secondo il loro progetto, lo scopo del turismo non è quello di diventare l'attività primaria del paese, ma quello di aiutare l'economia locale al fine di evitare lo spopolamento. Molti giovani, infatti, preferiscono emigrare nelle grandi metropoli industriali a cercare lavoro come operai, piuttosto che dedicarsi alla pesca che è un lavoro che dà poche garanzie.

Il turismo così concepito, dovrebbe generare una rendita complementare e avvantaggiare lo sviluppo di alcuni prodotti artigianali (come il labirinto o i manufatti di cocco), oltre che permettere la nascita di nuove figure professionali come l'accompagnatore, il tassista, la guida per le gite in barca, ecc. Per non parlare del guadagno per i possessori di stanze o appartamenti, che possono offrire affitto, servizi di prima colazione o di mezza pensione. Così tutti gli abitanti potrebbero trarre profitto da quest'attività senza abbandonare il proprio lavoro tradizionale. Per avviare il progetto la cooperativa turistica composta di alcuni abitanti ha aperto un conto sostenuto da contributi volontari. Con il ricavato intende:

- Individuare camere da affittare nelle abitazioni private e apportare eventuali modifiche.
- Ristrutturare la pousada comunitaria.
- Ampliare le capanne sulla spiaggia.
- Organizzare le gite in barca.
- Sistemare i percorsi ecologici.
- Creare un museo delle barche e della pesca.
- Creare un centro per il turismo e l'artigianato.

---

<sup>342</sup> Non abbiamo bisogno di andare molto lontano per vedere le conseguenze negative che il turismo ha prodotto quando si è sviluppato senza il coinvolgimento della comunità locale e quando una minoranza ricca ha dato priorità assoluta al guadagno facile.

In questa scelta all'insegna della sostenibilità e della responsabilità, ha giocato un ruolo fondamentale uno svizzero, tale Renè Schärer, che noi abbiamo conosciuto ed intervistato.

## 2. INTERVISTA A RENE' SCHÄRER<sup>343</sup>

Il 5 agosto 2001 siamo andate a trovare Renè. In paese ci hanno parlato molto di lui, a quanto sembra è stato il personaggio chiave in questo particolare momento di transizione. Lui, svizzero di nascita e brasiliano d'adozione, ha avuto la forza di spingere i propri concittadini a guardare oltre il miraggio del guadagno facile.

Renè ha conosciuto Prainha un po' per caso, durante una vacanza in Brasile. Da quella prima volta sono seguiti molti viaggi che dalla vita frenetica della Svizzera lo hanno portato qui ad assaporare la tranquillità che la spiaggia di questo mare, come ancora pochi posti al mondo, può offrire.

Renè ha osservato la vita in questo paese con gli occhi di un turista sensibile ed intelligente: aveva notato che i pescatori erano sfruttati dagli intermediari, che la gente non riusciva ad avere surplus di risorse da investire nel miglioramento delle proprie condizioni, e che questo stava portando ad un esodo giovanile verso le grandi città.

A distanza di qualche anno dalla sua prima visita a Prainha, Renè decide di stabilircisi. Da quel momento inizia il suo impegno per il miglioramento delle condizioni di vita dei suoi compaesani.

Nel 1993, con l'aiuto di alcuni amici, decide di fondare una ONG *Terra-Mare*, che si occupa dei problemi del litorale. Attualmente quest'organizzazione opera in tutto il Cearà e ha sviluppato interessanti gruppi di lavoro: pesca, educazione, politiche pubbliche, salute e anche turismo. Renè è convinto che l'unico modo per uscire dalla povertà sia

---

<sup>343</sup> Il testo non è stato rivisto dall'intervistato

quello di investire nell'educazione dei giovani e nella sanità. Per ottenere questo però è indispensabile aumentare la ricchezza disponibile rendendo l'attività primaria, cioè la pesca, il più possibile slegata da intermediari.

Uno dei primi interventi, suggeriti e supportati dallo svizzero, fu quello dell'acquisto di una Toyota per il trasporto del pesce al mercato. Questo avrebbe permesso di evitare l'intermediazione dei vettori, il cui intervento pesava notevolmente sul prezzo finale del prodotto.

Il settore turistico è stato un fattore preso in considerazione molto recentemente, nel 1998:

*Quando si è cominciato a pensare che anche il turismo avrebbe potuto essere importante per lo sviluppo?*

Nel 1998, con il primo seminario sul turismo al quale hanno partecipato molti abitanti, ma anche universitari, ONG locali, rappresentanti del comune e della segreteria *de meio ambiente e turismo*.

*Come si è riusciti ad evitare che gli investitori stranieri sfruttassero anche questa costa?*

È stata una decisione della gente, non ha voluto che *Prainha* diventasse come *Canoa Quebrada*, dove gli investimenti stranieri hanno eliminato completamente la tradizione locale. Si era pensato ad uno studio pilota per identificare una forma di turismo che convivesse con le altre attività. L'idea era quella di portare *Prainha* ad essere una meta per i turisti brasiliani, che qui avrebbero trovato un ambiente confortevole e naturale.

*Quali sono i punti fondamentali di questo progetto?*

Innanzitutto si punta alla riorganizzazione e allo sfruttamento delle strutture già esistenti: affitto camere, creazione di piccoli ristoranti, bar, ristrutturazione della pousada.

*Che ruolo ha l'associazione Terra-Mare?*

Si tratta di un ONG che è nata qui, ma che attualmente opera in tutto il Cearà. In particolare organizza corsi di formazione per individuare dei leader. Questi corsi durano sei settimane: vengono impartite lezioni di storia, geografia, analisi sociale, sviluppo sostenibile. Qui è molto importante riuscire ad identificare dei leader che s'impegnano realmente per il bene della propria terra.

*A quanto sembra qui la gente è molto impegnata nella difesa della propria terra*

In realtà non è vero, su questa cosa si è chiacchierato molto ma in realtà le persone che sono realmente impegnate in questo progetto sono una ventina, gli altri sono degli opportunisti.

*Cosa significa "sono degli opportunisti"?*

Insomma, qui la questione più importante è quella della terra, è l'unica ricchezza di questa gente, per questo noi crediamo che sia indispensabile mettere dei freni, anche ai locali, ad esempio regolando le costruzioni. Si sa che ponendo delle regole la gente si rivolta. Non riescono a vedere i propri interessi in un insieme che comprende anche quelli degli altri, loro vedono solo sé stessi.

*Lei è un po' la 'guida' di questa gente?*

No, non è vero. Io partecipo solo al progetto turistico. Mi hanno chiesto di partecipare. All'inizio ero presente in tutto, ma ho visto che erano in grado d'arrangiarsi.

*Il comune non vi aiuta?*

Il comune non ha i mezzi per aiutarci, ha problemi persino ad occuparsi dell'educazione, ci sono seri problemi anche nel pagare gli insegnanti.

## CONCLUSIONI

“Viaggiare è cambiare, istruirsi, formarsi, è guardare il mondo con altri occhi, sotto altri aspetti, in rapporto ad altre persone; è perciò vivere la ‘routine’ e controllare i propri giudizi, acquistare quel senso della relatività di cui l’ambiente e l’amor proprio ci privano. Orizzonti nuovi non ci parlano soltanto di liberazione, ci propongono legami più ampi, più disinteressati, meno esigenti in materie di analogie e di utilità volgare, più vicini dunque alla pura umanità. Essi possono ancora, se siamo riflessivi, inculcarci una filosofia dell’essere che i soli libri non possono insegnare”<sup>344</sup>.

Il presente lavoro è nato nel tentativo di rispondere alla domanda posta in premessa: *“come far sì che il turismo diventi fattore di crescita culturale e umana oltre che elemento facilitatore di uno sviluppo economico equo ed eticamente corretto?”*

Abbiamo visto che il turismo nel tempo è diventato una vera e propria industria che ogni anno mette in relazione persone di culture diverse: se l’incontro tra mondi differenti non è accompagnato da attenzione e rispetto reciproco può originare soprusi ed ingiustizie.

Il turismo può certamente favorire la crescita vicendevole, ma può anche generare nuove violenze (per altro spesso alimentate dagli squilibri di potere che esistono tra le differenti aree del mondo).

Nel corso della storia prima erano gli *esploratori* gli unici che si lanciavano in avventure lontano da casa, poi è arrivato il tempo del *Grand Tour*, oggi milioni di persone in tutto il mondo si trovano ad incontrarsi con costumi e tradizioni anche molto diverse dalle loro.

Proprio per questo si fa urgente la necessità di educare chi viaggia perché lo faccia in modo responsabile e consapevole: se colto nei suoi

---

<sup>344</sup> A.D. Sertillanges, *Doveri*, Morcelliana, Brescia 1948, p. 111

valori più profondi il turismo può essere un'esperienza altamente positiva.

Nel mondo contemporaneo, per la prima volta nella storia, l'umanità (quella ricca) ha la possibilità di intervenire liberamente nelle proprie scelte, così anche chi viaggia può decidere di rinchiudersi nel villaggio vacanze evitando ogni contatto con la realtà locale, o scoprire il mondo che lo circonda assaporandone i gusti e conoscendo la gente in modo più autentico: qualunque sia la scelta, in gioco c'è non solo ciò che noi facciamo degli altri ma anche ciò che vogliamo fare di noi stessi.

Si potrebbe sostenere, per paradosso, che il vero turista responsabile sia chi non si muove mai da casa, chi si astiene dal viaggiare e non entra mai in relazione con altri, con i diversi: certamente se si costringesse la gente a rimanersene a casa, libereremmo il campo dalla necessità di qualsiasi riflessione intorno ai danni provocati dal turismo.

Il turismo invece può e deve esistere come fonte indispensabile di dialogo e di crescita armoniosa dell'intera umanità. Un'esperienza nuova che va senz'altro in questa direzione, è quella del 'turismo responsabile': non si tratta di un 'turismo buono' da contrapporre ad un 'turismo cattivo', si tratta piuttosto di una proposta alternativa che ha lo scopo primario di stimolare la riflessione anche quando si è in vacanza.

Abbiamo visto come lo stesso Cohen ha diversificato le varie tipologie turistiche ponendole su un continuum che delinea il passaggio dall'irresponsabilità a forme di maggiore responsabilità. In realtà Cohen non adopera mai questi termini, lui parla del passaggio da una condizione di familiarità a una di novità. Crediamo però che egli parlando di *Turisti esploratori* e di *giramondo*<sup>345</sup> si sia avvicinato molto all'idea di turista responsabile. Un'altra tipologia di Cohen, rilevante ai fini della responsabilità è a nostro parere quella che prende forma a partire dall'analisi della relazione che il turista ha con la popolazione locale. Vengono infatti individuate cinque categorie: il turismo

---

<sup>345</sup> Cfr. E. Cohen, *Toward a Sociology of International Tourism*, in *Social Research*, vol. 39, n.1, 1972, p.167

ricreativo, paragonabile a quello che noi abbiamo definito turismo di massa; il turismo storico, dove i contatti tra locali e visitatori sono sporadici e molto distaccati; il turismo culturale, interessato agli aspetti pittoreschi della realtà locale ma non al contatto vero; il turismo ambientale che attrae turisti interessati al rapporto tra uomo e ambiente ed infine il turista etnico, motivato dalla ricerca del contatto con i costumi di vita delle popolazioni indigene<sup>346</sup>.

Il presente lavoro non aveva la pretesa di esaurire ogni aspetto del fenomeno: ha cercato piuttosto di offrire una visione il più possibile diretta e concreta dell'idea di 'turismo responsabile'. Avremmo voluto affermare, alla fine dello studio, che il turismo responsabile è un nuovo modo di viaggiare che non richiede particolari sforzi, che è alla portata di tutti. Alla conclusione del nostro percorso dobbiamo invece dire che non è sempre così: al viaggiatore responsabile sono richiesti impegno, buona volontà, capacità d'adattamento e tolleranza. Ci rendiamo conto che non tutti sono in grado d'adattarsi alla vita di un altro paese. Per questo riteniamo che essere responsabili nel viaggiare non significhi necessariamente obbligarsi a tenere determinati comportamenti anche a costo di stare male. È evidente che, in certi luoghi, attività quotidiane come il mangiare e il dormire possono trasformarsi in veri e propri incubi. L'obiettivo del turismo responsabile non è quello di trasformare tutti i turisti in coraggiosi avventurieri pronti a tutto pur di assaporare la vita locale, ma quello di far crescere la voglia di conoscere il mondo reale che ci circonda, quello fatto di gente, paesaggi, allegria, gioia e spesso anche di miseria.

Nella parte iniziale di questa ricerca, sulla scorta di un inquadramento generale del fenomeno turistico in età contemporanea, si sono dapprima chiariti dal punto di vista teorico i concetti di turismo sostenibile e turismo responsabile. In particolare si è definita la specificità di queste due determinazioni che spesso risultano essere confuse. Sulla scorta della letteratura critica, pur in presenza di un dibattito ancora aperto, ci

---

<sup>346</sup> Cfr. A. Savelli, *Sociologia del turismo*, Franco Angeli, Milano 1996

pare di poter definire sostenibile quel turismo che riconosce la limitatezza delle risorse che lo hanno generato e per questo attua politiche di sviluppo rispettose dell'ambiente e della gente che lo abita. Turista responsabile è invece il singolo viaggiatore che assume un atteggiamento rispettoso nei confronti dei luoghi e delle persone che incontra lungo il cammino. Sul rapporto tra turismo internazionale e sviluppo socio-economico dei paesi poveri abbiamo presentato dei dati che inquadrano le dimensioni del fenomeno a livello mondiale per poi problematizzare gli aspetti negativi provocati da questo settore nei paesi del terzo mondo. In questa sede si è cercato anche di capire se il turismo si possa definire una forma di neocolonialismo.

La parte più empirica del nostro lavoro ha cercato di fornire un'occasione di controllo, seppur limitata ad un contesto specifico (in particolare la struttura d'accoglienza turistica di Tremembè) e ad un'esperienza circoscritta (viaggio di un mese in quei luoghi), delle categorie di responsabilità e sostenibilità enunciate nella prima parte.

Si sono forniti elementi essenziali relativi alla situazione socio-economico-culturale della realtà di Tremembè, attingendo a documentazione reperita in loco indispensabile per comprendere meglio il capitolo nel quale viene presentata l'esperienza di viaggio. Questa parte di rilevazione empirica è proposta sotto forma di diario. Utilizzando gli strumenti della sociologia autobiografica si sono individuati alcuni elementi caratteristici in riferimento alla tematica di ricerca. In particolare, molto significativi sono i risultati che riguardano le difficoltà legate a questo modo di viaggiare: l'indispensabilità del sapersi adattare a condizioni igieniche e strutturali diverse da quelle di casa, la necessità d'abbandonare stereotipi e pregiudizi, siano essi positivi o negativi, nei confronti dei locali, l'importanza di parlare con la gente del posto per condividere con loro esperienze di vita, la necessità di fare attenzione a dove vanno a finire i soldi spesi in loco favorendo i finanziamenti delle piccole strutture locali e gli acquisti nelle cooperative d'artigianato.

La seconda parte dello studio si conclude con la presentazione di un progetto di turismo responsabile a *Prainha do canto verde*, un'esperienza singolare che dimostra come quest'idea di responsabilità possa resistere e funzionare in un paese del terzo mondo con forti potenzialità turistiche.

Lo svolgimento del presente studio nel suo complesso ci consente di avanzare alcune conclusioni finali inerenti all'applicabilità concreta dei criteri generali del turismo responsabile. Una prima considerazione riguarda le dimensioni assai circoscritte del fenomeno che è ancora legato ad una piccola nicchia di persone spesso attive anche in altri campi del sociale, legate ad associazioni che propongono nuovi modelli di vita e di consumo. C'è da dire però che questo nuovo approccio etico al turismo è nato da pochi anni, presumibilmente non ha ancora avuto il tempo di arrivare ad essere proposto al grande pubblico. In ogni caso rimane che le difficoltà, per chi intraprende viaggi di questo tipo, esistono e sono concrete, si tratta soprattutto di problematiche legate alla limitatezza dei servizi nelle strutture d'accoglienza. Volendo azzardare una riflessione sui possibili sviluppi del turismo responsabile nel futuro, abbiamo modo di credere che si assisterà ad un aumento delle richieste di viaggi di questo tipo. Siamo portati a pensare a questo sulla scia di quando accaduto negli ultimi anni che ha visto moltiplicarsi le associazioni e i gruppi che propongono approcci alternativi al turismo. Presumibilmente non assisteremo mai al momento in cui il turismo responsabile andrà a sostituire quello di massa, al massimo vedremo una convivenza più o meno pacifica dei due approcci. In ogni caso la scelta in merito alla tipologia di turismo da proporre dipende dalla popolazione locale e alle istituzioni. Queste ultime in particolare potranno, a nostro avviso, favorire gli investimenti verso l'uno o l'altro approccio. Certo che fino al momento in cui le organizzazioni al potere non permetteranno anche all'etica d'avere un suo peso all'interno delle scelte politiche, il turismo responsabile, come anche altri interventi economici almeno altrettanto urgenti, rimarrà una possibilità per pochi.

Tuttavia quest'esperienza testimonia che un viaggio di turismo responsabile è praticabile e quindi proponibile. Certamente richiede un impegno superiore a quello necessario per vacanze d'altro tipo ma produce anche dei risultati molto diversi: se il viaggio tradizionale spesso porta a conoscere una realtà artificiale o quantomeno limitata, il turismo responsabile dà la possibilità di calarsi nell'autenticità del paese e della gente che s'intende visitare.

## ALLEGATO

# ASSOCIAZIONI NO PROFIT CHE SI OCCUPANO DI TURISMO RESPONSABILE

[Elenco tratto da D. Canestrini, *Andare a quel paese, Vademecum del turista responsabile, Feltrinelli traveller, Milano 2001*]

## ASSOCIAZIONI NAZIONALI:

**AITR**, *Associazione Italiana Turismo Responsabile*. È l'associazione più importante che si occupa di turismo responsabile. Sono riusciti anche a studiare un'apposita commissione per la certificazione dei viaggi responsabili.

Tel. 02 25785763

Fax. 02 2552270

[http://www.solidea.org/ospiti/aitr\\_index.htm](http://www.solidea.org/ospiti/aitr_index.htm)

E-mail [iceiweb@tin.it](mailto:iceiweb@tin.it) oppure [aitr@hotmail.com](mailto:aitr@hotmail.com), [infoaitr@infinito.it](mailto:infoaitr@infinito.it)

Come abbiamo già detto AITR è un'associazione di associazioni che comprende:

**ACEA**, *Associazione per i consumi etici e alternativi*, si occupa di agricoltura sostenibile, commercio equo, finanza etica, turismo responsabile.

Tel 02 67574301

Fax 02 67574322

E-mail: [acea@edv.it](mailto:acea@edv.it)

**ACRA**, *Associazione di cooperazione rurale in Africa e America Latina*, si occupa appunto di cooperazione allo sviluppo.

Tel 02 27000291

Fax 02 2552270

[www.acra.it/progetti/mondoacr](http://www.acra.it/progetti/mondoacr).

E-mail [acra@una.org](mailto:acra@una.org)

**ANCST**, *Associazione nazionale cooperative servizi e turismo*, comprende le 300 imprese turistiche aderenti a Legacoop.

Tel. 051 509705

Fax 051 509905

E-mail [mdavo@tin.it](mailto:mdavo@tin.it)

**ARCI METROMONDO**, è un circolo culturale che organizza attività di conoscenza e sensibilizzazione nei confronti del terzo mondo, in particolare si occupa di Cuba, paese dove ha avviato progetti di cooperazione ambientale.

Tel. 02 89159168

**ASPAC**, associazione di Silves per la preservazione ambientale e culturale. È nata in Amazzonia, per la difesa della foresta. Gestisce una struttura d'accoglienza a Silves, utilizzando la quale organizza percorsi turistici responsabili.

Tel. 02 4045121

E-mail [amazonas@tin.it](mailto:amazonas@tin.it)

**DAGALA**, associazione turistico-culturale-sportiva, si occupa di turismo escursionistico naturalistico e attività d'avventura.

Tel. 339 6129382

E-mail [etnadv@yahoo.it](mailto:etnadv@yahoo.it)

**CTA**, Volontari per lo sviluppo, questo circolo ha il compito di gestire le proposte turistiche delle Ong aderenti al consorzio Volontari per lo Sviluppo, occupandosi dell'organizzazione di tutta la burocrazia legata al viaggio. Propongono quindi il turismo responsabile come strumento per la solidarietà internazionale.

Tel. 011 5626019

E-mail [cta.torino@flash-net.it](mailto:cta.torino@flash-net.it)

**CISV**, comunità impegno servizio volontario. Si tratta di un Ong di volontariato internazionale, da anni impegnata nel campo della solidarietà con il Sud del mondo e l'educazione alla mondialità.

Tel. 011 8993823

Fax. 011 8993823

E-mail [cisv-3@arpnet.it](mailto:cisv-3@arpnet.it)

<http://www.arpnet.it/cisv>

**CMSR**, centro mondialità sviluppo reciproco. È un'Ong, riconosciuta dal MAE (ministero degli affari esteri), che conduce progetti in diversi settori, spesso in collaborazione con enti pubblici come la Comunità Europea, l'Onu,... In Italia realizza attività di educazione allo sviluppo con programmi d'interculturalità e di turismo responsabile.

Tel. 0586 887350

Fax. 0586 882132

E-mail [cmsr-it@cmsr.org](mailto:cmsr-it@cmsr.org)

<http://www.cmsr.org>

**Co.In**, Cooperative integrate onlus. Principalmente si occupa dell'inserimento lavorativo di persone disabili, per questo organizza anche servizi per la mobilità e il turismo di queste persone.

Tel. 06 23267504

Fax. 06 23267582

E-mail [coin@coinsociale.ot](mailto:coin@coinsociale.ot)

<http://www.coinsociale.it>

**COOPERATIVA IL PONTE**, gestisce una bottega del commercio Equo e Solidale, tra le prime in Italia a proporre viaggi di turismo responsabile.

Tel. 011 9364611

Fax. 011 9376466

E-mail [coop.ilponte@tiscalinet.it](mailto:coop.ilponte@tiscalinet.it)

**CTA**, centro turistico acli. Le Acli sono un'organizzazione di lavoratori cristiani che si occupano di volontariato in diversi ambiti sociali, programmano anche viaggi di turismo responsabile.

Tel. 06 5840565

Fax. 06 5840279

E-mail [ctanazionale@acli.it](mailto:ctanazionale@acli.it)

<http://www.ctaonline.it>

**CTG**, centro turistico giovanile. Promuove il turismo come strumento d'educazione personale e di crescita sociale.

Tel. 06 6795077

Fax. 06 6795078

E-mail [ctgnaz@tiscalinet.it](mailto:ctgnaz@tiscalinet.it)

<http://www.ctg.it>

**CTS**, centro turistico studentesco e giovanile. Un'associazione impegnata nell'ambito ambientale e propone viaggi di turismo sostenibile.

Tel. 06 441111

Fax 06 44111401

E-mail [ambiente@cts.it](mailto:ambiente@cts.it)

<http://www.cts.it>

**DOMUS AMIGAS**, centro sperimentazione autosviluppo. Propone un sistema di accoglienza nella parte sud ovest della Sardegna favorendo un turismo responsabile.

Tel. 0781 24006 - 40369

Fax. 0781 36319

E-mail [domusamigas@tiscalinet.it](mailto:domusamigas@tiscalinet.it)  
[http://www.tiscalinet/csa\\_sardegna.it](http://www.tiscalinet/csa_sardegna.it)

**ECPAT**, End Child Prostitution in Asian Turism. Impegnata nella lotta contro la pornografia infantile e il traffico dei minori a fini sessuali sostenendo la battaglia contro il turismo sessuale.

Tel. 06 57287708  
Fax. 06 57290738  
E-mail [info@ecpat.it](mailto:info@ecpat.it)  
<http://www.ecpat.it>

**KOIBA**, turismo responsabile. Organizza viaggi alternativi alla scoperta di Napoli e nella regione di Baiha in Brasile.

Tel. 081 5854084  
Fax. 081 5545386  
E-mail [Koiba@freeweb.org](mailto:Koiba@freeweb.org)  
<http://www.Koiba.freeweb.org>

**KOKONOR**. Raggruppa famiglie che mettono a disposizione alloggi per ospitare turisti responsabili nella città di Padova.

Tel. e Fax. 049 8643394  
E-mail [Kokonor@intercity.it](mailto:Kokonor@intercity.it)

**GERUNDO**, si tratta d'un consorzio di imprese che operano nel settore ecologico e non hanno scopo di lucro. Si occupa soprattutto di formazione.

Tel 035 210406  
Fax. 035 4131329  
E-mail. [Gerundo@lombardiacom.it](mailto:Gerundo@lombardiacom.it)

**ICEI**, Istituto di cooperazione economica internazionale. È una Ong che si occupa di informazione e formazione intorno ai problemi Nord-Sud, opera con dei progetti sostenuti assieme all'Unione Europea e al Ministero degli affari esteri. Ha creato un centro di documentazione sul turismo con fonti bibliografiche italiane ed internazionali.

Tel. 02 25785763

Fax. 02 2552270

E-mail [icei@enter.it](mailto:icei@enter.it)

<http://www.solidea.org>

**LA BOSCAGLIA VIAGGI A PIEDI**, si tratta di un'associazione che organizza viaggi a piedi che permettono un pieno contatto con la natura. Il cammino lento permette di liberare la mente dallo stress, ma soprattutto, la lentezza del viaggio consente di osservare e comprendere molto meglio ciò che ci circonda.

Tel. 0583 356195

Fax. 0583 356173

E-mail [info@boscaglia.it](mailto:info@boscaglia.it)

<http://www.boscaglia.it>

**LEGAMBIENTE**, Fa parte del Bee (Bureau Européen de l'Environnement), l'associazione che riunisce tutte le principali associazioni ambientaliste europee. Tre le varie attività organizza anche campi di lavoro dove i volontari trascorrono delle vacanze ecologiche dedicandosi ad attività di recupero naturalistico.

Tel. 0686268362

Fax. 06 86268319

E-mail [neapolis@hotmail.com](mailto:neapolis@hotmail.com)

<http://www.legambiente.it>

**MLAL**. Movimento laici America Latina, Ong che si occupa di progetti di cooperazione con l'America Latina. Propongono viaggi di turismo responsabile in Brasile, Bolivia, Ecuador, Venezuela e Haiti.

Tel. 045 8102105

Fax. 045 8103181

E-mail. [Mlal@tin.it](mailto:Mlal@tin.it)

<http://www.mlal.org>

**OUTIS, LA MENTE DEL VIAGGIATORE.** È un'associazione culturale no profit, che promuove l'attenzione per il turismo di qualità. Il suo scopo è quello di focalizzare l'attenzione del pubblico verso una nuova coscienza, rispetto al "consumo del viaggio", cioè verso un modo di viaggiare più contenuto, che rispetti la libertà, la cultura e l'ambiente naturale delle comunità ospitanti e dei luoghi con cui entra in contatto.

Tel. 02 804357

E-mail. [Info@outis.org](mailto:Info@outis.org)

<http://www.outis.org>

**PACE E SVILUPPO, VIAGGI E MIRAGGI.** Accanto alle attività più tradizionali come quelle del commercio equo e solidale si occupa anche di turismo, organizza infatti viaggi per i soci in Madagascar, Ecuador, Repubblica Dominicana, Nicaragua, Bolivia, Perù e Filippine.

Tel. 0422 301424

E-mail [pacesvil@tin.it](mailto:pacesvil@tin.it)

**PINDORAMA,** associazione culturale che propone viaggi di turismo responsabile in Centro e Sud America, Asia e Africa. Organizza numerose manifestazioni con il sostegno dei viaggiatori. Tra le altre cose pubblica annualmente un bollettino di approfondimento sul turismo responsabile.

Tel. 02 39218714

E-mail [pindorame@ioil.it](mailto:pindorame@ioil.it)

<http://www.pindorama.org>

**PLURIVERSO,** associazione o consorzio promosso da cooperative sociali, ong o associazione che operano in Alto Adige, Emilia Romagna e Veneto. Il suo obiettivo è quello di realizzare interventi per costruire nuove forme di economia sociale e sviluppo sostenibile. Pluriverso studia e gestisce progetti di sviluppo umano e turismo responsabile nell'area balcanica, in America Latina e nell'Africa occidentale.

Tel. 0464 490125

E-mail pluriverso@unimondo.org

**RAM**, roba dell'altro mondo, centro di attenzione al turismo. Si occupa di commercio equo, editoria e turismo internazionale; è referente italiano di "Ten Tourism Network". Ha dato vita alla "Carta del turismo responsabile" e promuove la pubblicazione di microguide, vademecum su come fare turismo responsabile.

Tel. 0185 773061

E-mail orzoneror@hotmail.com

<http://www.associazioneram.it>

**RTM**, reggio terzo mondo. È un organismo di volontariato internazionale d'ispirazione cristiana con lo scopo di sviluppare la conoscenza delle culture, sensibilizzazione ai problemi del sud del mondo, attraverso l'elaborazione e realizzazione di progetti di sviluppo.

Tel. 0522 436849

E-mail rtmmail@tin.it

<http://www.ravinala.org>

**TERRE DI MEZZO**, associazione insieme nelle terre di mezzo. Stampano annualmente la guida al turismo responsabile e ai campi di solidarietà che si chiama *Vacanze contro mano*.

Tel. 02 48953031

E-mail umbertodimaria@terre.it

<http://www.terre.it>

**TREMEMBE'**. L'Associazione gestisce l'omonima posada in Brasile dove propone viaggi di turismo responsabile, accanto a questo si occupa di sensibilizzazione e formazione sui temi della solidarietà internazionale.

Tel. 0461 824737

E-mail tremembe@unimondo.org

<http://www.unimondo.org> (sito di appoggio)

**TURES**, si tratta di un'associazione nata nel 1998 per volontà di un gruppo di ex cooperatori italiani in America Latina, occupa di organizzare viaggi e d'educazione al “viaggiare responsabile”.

Tel. e Fax. 030 292212

E-mail maxros@numerica.ti

<http://www.unimondo.org/tures/index.html>

**WWF**, Fondo Mondiale per la natura, si tratta della più grande associazione ambientalista italiana e una tra le più significative a livello mondiale. Attraverso organizzazioni e associazioni locali, il WWf organizza campi di lavoro, viaggi e trekking in paesi europei ed extraeuropei.

Tel. 06 844971

E-mail r.furlani@wwf.it

<http://www.wwf.it>

AL DI FUORI DI AITR CI SONO ALTRE ASSOCIAZIONI, GRUPPI, COOPERATIVE,... CHE SI OCCUPANO DI TURISMO RESPONSABILE E SOSTENIBILE:

**ACTA**, Associazione cultura turismo ambiente. Svolge soprattutto attività di consulenza per enti pubblici e associazioni, per quanto riguarda l'analisi delle strategie socioeconomiche, territoriali, di comunicazione in ambito turistico.

Tel. 02 66716371

Fax. 02 66716371

E-mail acta@galactica.it

<http://www.galactica.it/acta>

**AIFO**, Associazione italiana amici di Raoul Follerau. Quest'associazione si occupa soprattutto di cooperazione sanitaria e di educazione allo sviluppo.

Tel. 051 433402

E-mail aifo@iperbole.bologna.it

**COE**, Centro orientamento educativo. Organizza viaggi in Camerun, Congo, Zambia, Ecuador e India, favorendo il contatto con i volontari locali e con le varie organizzazioni che in loco si occupano di attività sanitarie, culturali, educative,...

Tel. 0341 996453

E-mail [coe.barzio@iol.it](mailto:coe.barzio@iol.it)

**COORDINAMENTO TURISMO RESPONSABILE VERONA**. Si tratta d'un gruppo composto da operatori turistici, singoli cittadini e associazioni che a Verona si occupano di promuovere la cultura del turismo responsabile.

Tel. 045 8005167

Fax. 045 8047932

E-mail [info@planetviaggi.it](mailto:info@planetviaggi.it)

**CRIC**, Centro regionale di intervento per la cooperazione.

Questa associazione si occupa di cooperazione allo sviluppo ma organizza viaggi nei luoghi d'attuazione dei suoi progetti (Africa, Mediterraneo, Europa orientale e America Latina).

Tel. 0965 812345

E-mail [cricit@tin.it](mailto:cricit@tin.it)

**Ctm-Mag**, gli itinerari del commercio equo. La Ctm è la cooperativa che ha dato vita alle "Botteghe del Mondo". Dal 1993 organizza viaggi per far conoscere i propri progetti.

Tel 049 651865

**GOÉLAND**, Gruppo Promotori Viaggi Incontro. Si tratta di un insieme di sei organismi no profit che si riconoscono nel documento "Turismo Responsabile, Carta d'identità per viaggi responsabili". Ogni organismo è il referente italiano di associazioni di base dei luoghi di destinazione dove collabora a progetti di cooperazione, scambio e sostegno. Non ha sede fisica ma un catalogo telematico comune.

E-mail [orzonero@hotmail.com](mailto:orzonero@hotmail.com)

<http://tures.tripod.com/goenland.htm>

**GRUPPO PALESTINA**, promuove viaggi di incontro e scambio con rappresentanti della società palestinese.

Tel. 06 85262422

**IL COLIBRI'**, organizza un solo tipo di viaggi in Togo, in collaborazione con l'associazione togolese Mains tendues Togo che si occupa di problematiche legate all'infanzia.

Tel. 0574 581411

E-mail colibri@po-net.prato.it

<http://www.comune.prato.it/associa/colibri>

**IL VAGABONDO**, si occupa di “viaggi culturali” a Barcellona, Praga, Napoli e Quito.

Tel. 081 58664060

e-mail ilvagabondo@usa.net

**KULTURCENTRO MIRINDA MONDO**, organizza viaggi di conoscenza in Polonia e Lituania.

Tel. 02 58302064

**LANTERNA MAGICA**, Cultura-Comunicazione-Solidarietà.

Si tratta di un circolo Arci che si occupa di progetti di cooperazione in Vietnam e a Cuba, dove organizza anche viaggi di solidarietà.

Tel. 049 8724477

E-mail info@lanternamagica.org

**SIKADUA'**, Viaggi Alternativi. Organizza viaggi di turismo responsabile in Marocco, Senegal, Filippine, Costa d'Avorio ed Egitto. Propone alle scuole viaggi responsabili in Italia.

Tel. 0347 2547481

E-mail cavazzol@micanet.it

**TELEFONO BLU SOS TURISMO**, è l'unica associazione che si occupa della tutela del consumatore turista. Il suo scopo è quello di promuovere la Carta sull'Etica del turismo e dell'ambiente del Touring Club.

Tel 1780080808

E-mail [telblu@tin.it](mailto:telblu@tin.it)

<http://www.telefonoblu.org>

**TURISMO CON I PESCATORI**, il pescaturismo è un'attività integrativa della pesca tradizionale, che consiste nell'ospitare i turisti sui pescherecci. Accanto a questo esiste anche l'ittiturismo dove l'ospitalità viene offerta all'interno delle abitazioni dei pescatori.

Tel. 06 46204701

E-mail [pescaturismo@legapesca.it](mailto:pescaturismo@legapesca.it)

<http://www.ittiturismo.it/pescaturismo.htm>

**TURISTI PER CASA**, nata per volontà di un gruppo di signore emiliane e romagnole, offrono trattamenti di bed & breakfast, oltre a promuovere la cultura dell'ospitalità di famiglia come strumento per la conoscenza reciproca.

Tel. 051 455387

**UN PONTE PER...**, associazione pacifista propone viaggi di conoscenza in Iraq, Libano e Kurdistan turco.

Tel. 06 6780808

E-mail [abridge@tin.it](mailto:abridge@tin.it)

**ITALIA-CUBA**, associazione di solidarietà che ha come scopo fare conoscere la realtà socio-politica di Cuba e le sue bellezze naturali, finanziare aiuti umanitari, sviluppare relazioni culturali

Tel 0286463483

E-mail [asitcuba@tin.it](mailto:asitcuba@tin.it)

**ASSOCIAZIONE ITALIANA PER IL WWF**, ha come scopi statutari la tutela della natura e dell'ambiente, propone eco-viaggi, attività di turismo consapevole, campi volontariato.

E-mail mc2252@mclink.it

**SURVIVAL INTERNATIONAL ITALIA**, ha come scopo la difesa dei diritti umani dei popoli tribali, opera in 70 paesi in tutto il mondo. Associazione fondata da Claude Levi-Strauss e Robin Hambury-Tenison.

Tel. 02 8900671

E-mail survival@tin.it

**CENTRO STUDI L'EMILIO**, propongono viaggi che sono anche attività formative.

Tel 051 541855

**SIKADUA'**, associazione culturale che organizza viaggi di turismo responsabile all'insegna dell'integrazione culturale e della cooperazione allo sviluppo.

E-mail cavazzol@micanet.it

## **ORGANIZZAZIONI INTERNAZIONALI:**

**AkT+E, Arbeitskreis Tourismus und Entwicklung** (gruppo di lavoro sul turismo e sullo sviluppo).

Si tratta di un insieme di associazioni che hanno lo scopo di informare sul turismo che ha come meta il terzo mondo.

Tel. 0041 61 2614742

E-mail cpluss@akte.ch

<http://www.akte.ch>

**ECOVAST**, Heritage Trails, organizzano viaggi sui "sentieri della memoria".

Tel. 0044 1242 544031

**ECTWT**, Ecumenical Coalition on Third World Tourism, organizzazione ecumenica che opera nel campo del “turismo d’incontro”.

Tel. 852 2602 3669

E-mail contours@pacific.net.hk

<http://www.pacific.net.hk/>

**EQUATIONS**, Equitable Tourism Options, è un’organizzazione indiana che lavora per la trasformazione del turismo di massa in turismo responsabile.

Tel.91 080 5282313 –India-

E-mail admin@equitabletourism.org

Equations1@vsnl.com

**RESPECT**, Austrian Centre for Tourism & Development, studiano le ricadute negative di un turismo insostenibile nei paesi in via di sviluppo.

Tel. 0043 18956245

E-mail office@respect.at

<http://www.respect.at/eng/wer/index.cfm>

**RETOUR**, offrono consulenze ai paesi in via di sviluppo per quel che riguarda il turismo.

Tel. 0031 243606224

E-mail retour@do.nl

<http://www.do.nl/retour>

**STUDIENKREIS FÜR TOURISMUS UND ENTWICKLUNG**, si tratta d’un gruppo di studio sul turismo e lo sviluppo.

Tel. 0049 8177 1783

E-mail studienkreistourismus@compuserve.com

<http://www.studienkreis.org>

**TEN**, Third World Tourism Ecumenical European Net, rete di informazioni sugli effetti prodotti dal turismo nei paesi in via di sviluppo.

Tel. 0049 711 7989281

<http://www.respect.at/wer/ten.cfm>

**TOURISM CONCERN**, un punto di riferimento a livello internazionale per tutto il movimento del turismo responsabile.

Tel 0044 020 7753 3330

E-mail [info@tourismconcern.org.uk](mailto:info@tourismconcern.org.uk)

<http://www.tourismconcern.org.uk>

**TOURISM INVESTIGATION & MONITORING TEAM**, equipe di studiosi che mettono a disposizione le loro conoscenze per lo sviluppo del turismo nei paesi del sud del mondo.

E-mail. [Tim-team@access.inet.co.th](mailto:Tim-team@access.inet.co.th)

<http://www.twinside.org.sg/tour.htm>

**TOURISM WATH**, ong che si occupa di turismo responsabile.

Tel. 0049 7117989281

e-mail [tourism-wath@due.org](mailto:tourism-wath@due.org)

<http://www.tourism-watch.org>

**TOURISM WATH**, si occupa di turismo responsabile soprattutto verso il terzo mondo

E-mail [dienster@geonet.d](mailto:dienster@geonet.d).

## BIBLIOGRAFIA USATA

- Aa.Vv., *Altriviaggi, turismo responsabile tra Nord e Sud del mondo*, a cura di PAT e MLAL, Trento 2001 (cd rom)
- Aa.Vv., *Atto d'indirizzo sul turismo in Trentino*, a cura della Provincia Autonoma di Trento Dipartimento turismo e commercio, Trento 2000
- Aa.Vv., *Atto d'indirizzo sullo sviluppo sostenibile*, a cura della Provincia Autonoma di Trento, Trento 2000
- Aa.Vv., *Bollettino interno di aggiornamento*, a cura dell' A.P.T. del Trentino, osservatorio turistico, n.33 novembre 2001
- Aa.Vv., *Boycott, scelte di consumo, scelte di giustizia, manuale del consumatore critico*, a cura del Centro Nuovo modello di sviluppo, Macro edizioni, Forlì 1992
- Aa.Vv., *Come accogliere il Villeggiante*, a cura dell'assessorato per il turismo della Regione Trentino-Alto Adige, Temi, Trento
- Aa.Vv., *E tu sei un turista responsabile? Il turismo come fenomeno antropologico*, atti del convegno, a cura della Rete trentina di educazione ambientale, 18 giugno 2001
- Aa.Vv., *Effetti dell'antropizzazione turistica nell'ambiente alpino: analisi, riflessioni e proposte*, a cura della Società di Scienze naturali del Trentino, Temi, Trento 1995
- Aa.Vv., *Goénland, turismo responsabile attività interculturali verso l'estero*, a cura Gruppo promotori Viaggi incontro Catalogo, Gennaio-Settembre 2002.
- Aa.Vv., *Human Development Report 1990* a cura di Undp, New York 1991, Oxford University Press; ed. it., *Rapporto sullo sviluppo umano 1990, come si definisce e come si misura*, Rosenberg & Sellier, Torino 1991
- Aa.Vv., *Icapuì, feliz citade*, a cura della Prefeitura Municipal de Icapuì-CE e Centro de Desenvolvimento Municipal Vento Leste, Fischtec 2000
- Aa.Vv., *Il turismo alpino che cambia, esperienze europee a confronto*, a cura di Istituto Trentino di Cultura (ITC), Nichelatti, Trento 1995

- Aa.Vv., *Jornal de Icapuì, esperança na gente*, a cura della Prefeitura de Icapuì, Junho de 2001
- Aa.Vv., *Linee guida di promozione turistica 2002*, a cura della Provincia Autonoma di Trento, Palma e associati, Trento 2001
- Aa.Vv., *Manuale di buone pratiche per lo sviluppo sostenibile dello spazio alpino*, a cura dell'Unione europea, Bertelli, Trento 2001
- Aa.Vv., *Piano per lo sviluppo sostenibile, studio preliminare*, a cura dell'Università degli studi di Trento
- Aa.Vv., *Plano de desenvolvimento do turismo de Icapuì*, a cura della Prefeitura municipal de Icapuì, Icapuì febbraio 1997
- Aa.Vv., *Plano de desenvolvimento do turismo de Icapuì*, a cura Prefeitura municipal de Icapuì, Icapuì 1997
- Aa.Vv., *Plano Municipal de Desenvolvimento da Secretaria de Meio Ambiente e Desenvolvimento*, a cura della Prefeitura de Icapuì, Icapuì 1999
- Aa.Vv., *Proceedings of the final Trento session, Atti della sessione conclusiva di Trento: Sustainable Mountain development*, a cura del centro di ecologia alpina Trento 7 – 11 ottobre 1996, Saturnia, Trento 1997
- Aa.Vv., *Projeto turismo ecológico*, Prainha do Canto Verde, Brasil 2000
- Aa.Vv., *Rapporti sullo sviluppo umano*, UNDP, Rosemberg & Sellier, 2000
- Aa.Vv., *Rapporto sulla situazione economica e sociale del Trentino*, a cura Provincia Autonoma di Trento servizio statistico, Tecnolito, Trento 2001
- Aa.Vv., *Revista de Icapuì, 16 anos de feliz cidade*, a cura della Prefeitura municipal de Icapuì, Janeiro 2000
- Aa.Vv., *Se la Montagna non è più incantata*, atti del convegno a cura gruppo consigliere provinciale dei Democratici di Sinistra del Trentino per l'Ulivo, Trento novembre 2001
- Aime M., *Diario dogon*, Bollati Boringhieri, Torino 2000
- Aime M., *Il concetto di sviluppo, Il mito fondante dell'occidente*, in *Nigrizia, Mensile dell'Africa e del mondo nero*, luglio-agosto 2002
- Angelini M. – Campostrini L., *Politiche del territorio e sviluppo sostenibile: il caso del parco Baldo-Garda attraverso il patto territoriale*, la Grafica, Mori 2000

- Aronson E. - Wilson T.D., - Akert R.M., *Psicologia sociale*, Il Mulino, Bologna 1999
- Bell D., *The Coming of Post-Industrial Societ: A Venture in Social Forecasting*, New York 1973
- Bianchi M., *L'arte del viaggio, ragioni e poesia di un turismo sostenibile*, MC editrice, Milano 1998
- Bianco A. – Condorelli P., *Guida ai patti territoriali – Disciplina, esperienze, prospettive*, Maggioli editore, Rimini 1999
- Brilli, *Quando viaggiare era un'arte, il romanzo del Grand Tour*, Il Mulino, Bologna 1995
- Canestini D., *Andare a quel paese: Vademecum del turista responsabile*, Feltrinelli Traveller, Milano 2001
- Canestrini D., *L'insostenibile retorica del paradiso in Turismo sostenibile in ambienti fragili*, a cura di Maria Chiara Zerbi, Cisaplino Istituto Editoriale Universitario, Bologna 1998
- Canestrini D., *Turistario Luoghi comuni dei nuovi barbari*, Baldini & Castoldi, Milano 1993
- Canestrini D., *Turpi tropici, cinque storie dell'altra faccia dell'eden*, Zelig, Milano 1997
- Canestrini D.-Oss R., *Homo turisticus*, Glènât Italia, Milano 1993
- Carbone F., *I coralli sono morti, viaggiare, sapendo dove non andare*, stampa alternativa, Roma 1999
- Cardoso F.H., *Dipendenza e sviluppo in America Latina, saggio d'interpretazione sociologica*, Feltrinelli, Milano 1967
- Chatwin B., *Che faccio io qui?*, Adelphi, Milano 1990
- Chiappero Martinetti E. – Semplici A., *Umanizzare lo sviluppo. Dialogo a più voci sullo sviluppo umano*, Rosenberg & Sellier, Torino 2001
- Cohen E., *Toward a Sociology of International Tourism*, in *Social Research*, vol.39, n.1, 1972
- Corbetta P., *Metodologia e tecnica della ricerca sociale*, Il Mulino, Bologna 1999
- Cordenação Dorian Sampaio, *Annuario do Cearà 1997-1998*, O Povo Editore, Fortaleza 2000

- Corna Pellegrini G., *Turisti viaggiatori, per una geografia del turismo sostenibile*, Tramontana, Milano 2000
- Schumacher E. F., *Piccolo è bello*, Mondadori, Cles 1980
- Fedel P., *La Valutazione dell'impatto ambientale in Provincia di Trento, Primo bilancio di una applicazione concreta in Italia*, Dipartimento Territorio, Ambiente e Foreste Servizio Protezione ambientale, Ufficio per la valutazione di impatto ambientale.
- Ferrarotti F., *Partire, Tornare. Viaggiatori e pellegrini alla fine del millennio*, Donzinelli, Roma 1999
- Gallino L., *Dizionario di Sociologia*, Tea, Torino 1993
- Garrone R., *Turismo responsabile: nuovi paradigmi per viaggiare in terzo mondo*, Associazione RAM, Milano 1996
- Gesualdi F., *Manuale per un consumo responsabile*, Feltrinelli, Milano 1999
- Gianelle D. – Rodaro P., *Il futuro dei pascoli alpini, gestione integrata per uno sviluppo sostenibile*, grafiche Futura, Mattarello 2001
- Gibran K. *Il profeta*, Ugo Guanda Editore, Parma 1997
- Giddens A., *Sociologia*, Il Mulino, Bologna 1989
- Giudicini P. e Savelli A., *Il turismo in una società che cambia*, Franco Angeli, Milano 1988
- Goffman E., *La vita quotidiana come rappresentazione*, Bologna, Il Mulino 1968
- Guala C., *Metodi della ricerca sociale*, Carocci, Roma 2000
- Heleieth I. - Saffioti B., *A Mulher na sociedade de classes: Mito e realidade*, Vozes, Rio de Janeiro 1976
- Jean-Pierre Lozato-Giotart, *Geografia del turismo, dallo spazio visitato allo spazio consumato*, Franco Angeli, Milano 1999
- Katona, *L'uomo consumatore*, Milano 1967
- Kenneth D. Bailey, *Metodi della ricerca sociale*, Il Mulino, Bologna 1985
- Kincaid J., *Un posto piccolo*, Adelphi 2000
- Latourche S., *L'occidentalizzazione del mondo*, Bollati Boringhieri, Torino 1992
- Lavarini R., *Sociologia del turismo*, Cooperativa libraria IULM, Milano 1988
- Law A., *Ecotourism Trends in Annals of Tourism Research*, Vol. 3, 1998

- Lea J., *Tourism and development in the third world*, Routledge
- Leed E.J., *La mente del viaggiatore, dall'odissea al turismo globale*, Il Mulino, Bologna 1991
- Lindberg K. - Andersson T.D. - Dellaert B.G.C., *Tourism development, Assessing Social Gains and Losses*, *Annals of Tourism Research*, Vol.28, N.4
- M. Alighieri – C. Donegana, *Il Brasile, un gigante verde*, Gabrielli, Verona 1999
- Polia M., *Gli indios dell'Amazzonia*, Xenia, Milano 1997
- Magnaghi A., *Il territorio degli abitanti, Società locali e autosostenibilità*, Dunod editore
- Mansperger M.C., *Tourism and Cultural Change in Small-Scale Societies*, *Human Organization*, Vol. 54, N. 1, 1995
- Monti S., *Turismo, ambiente e sottosviluppo*, Loffredo Editore, Napoli 1995
- Mucchielli A., *Dizionario dei metodi qualitativi nelle scienze umane e sociali*, Borla, Roma 1999
- Nash D., *Tourism as a Form of Imperialism*, in *Hosts and Guests, the anthropology of Tourism*, Valene L. Smith Editor, Philadelphia 1989
- Olgivie F.W., *The tourist Movement*, Londra 1933
- Pacci M., *La dimensione della disuguaglianza*, società editrice Il Mulino, Bologna 1993
- Ragone G., *Turismo in Enciclopedia delle scienze sociali*, Abramo, Roma 1998
- Raimondi A. – Antonelli G., *Manuale di Cooperazione allo Sviluppo, linee evolutive, spunti problematici, prospettive*, Sei, Torino 2001
- Ricolfi L., *La ricerca qualitativa*, Nis, Roma 1997
- Rifkin J., *La fine del lavoro*, Baldini&Castoldi, Milano 1999
- Rist G., *Le Développement. Histoire d'une croyance occidentale*, Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques, Paris 1996; ed. it. *Lo sviluppo. Storia di una credenza occidentale*, Bollati Boringhieri, Torino 1997
- Rossi G., *Storia e psico-sociologia del turismo*, San Marco, Bergamo 1985
- Savelli A., *Sociologia del turismo*, Franco Angeli, 1996
- Sertillanges A.D., *Doveri*, Morcelliana, Brescia 1948
- Simonicca A., *Antropologia del turismo*, Nis, Roma 1997

- Smith S.L.J., *Defining tourism, a Supply-Side View* in *Annals of Tourism Research*, Vol. 15, 1988
- Somoza A.L. - Del Sette L., *Guida ai viaggi a occhi aperti*, Arplane, Bologna 2001
- Terre di Mezzo, *Vacanze contromano 2001*, Berti, 2001
- Terre di Mezzo, *Vacanze contromano 2002*, Berti, 2002
- Urbain J-D., *L'idiota in viaggio. Storia e difesa del turista*, Aporie, Roma 1997
- Veblen T., *La teoria della classe agiata*, Edizioni comunità, Torino 1999
- Vir Singh T. - Theuns H.L. - Go Editors F.M., *Towards Appropriate Tourism: The Case of developing countries*, Peter Lang, Frankfurt 1989
- Zucca M., *I paesi e il Territorio, il turismo culturale di villaggio*, Futura, Mattarello 2001
- Furlani R. – Rocco M., *Viaggiambiente. Consigli per un turismo responsabile*, Wwf/Sestante, Fondo mondiale per la natura, Roma 1998

## • SITI INTERNET

- [www.word-tourism.org](http://www.word-tourism.org)
- [www.solidea.org/aitr](http://www.solidea.org/aitr)
- [www.provincia.tn.it/giunta](http://www.provincia.tn.it/giunta)
- [www.provincia.tn.it/statistica](http://www.provincia.tn.it/statistica)
- [www.ambienteitalia.it](http://www.ambienteitalia.it)
- [www.villaggiotudobom.com](http://www.villaggiotudobom.com)
- [www.jericocacoara.org](http://www.jericocacoara.org)
- [www.ceara.gov.br](http://www.ceara.gov.br)
- [www.brazilinfo.com](http://www.brazilinfo.com)
- [www.ernanitur.com.br](http://www.ernanitur.com.br)
- [www.brasil.gov.br](http://www.brasil.gov.br)
- [www.undp.org](http://www.undp.org)
- [www.fao.org](http://www.fao.org)
- [www.homoturisticus.com](http://www.homoturisticus.com)
- [www.Fortalnet.com.br/fishnet](http://www.Fortalnet.com.br/fishnet)

- [www.undp.org/rblac/targets](http://www.undp.org/rblac/targets)
- [www.ambienteitalia.it/agende21.html](http://www.ambienteitalia.it/agende21.html)