



Rachele Borghi, Filippo Celata

**STUDI
E
RICERCHE
SUL
TERRITORIO**
collana diretta da
**Giacomo
Corna-Pellegrini**
condirettore
Elena dell'Agnese
Edizioni
UNICOPLI
Milano

TURISMO CRITICO

Immaginari geografici,
performance e paradossi
sulle rotte del turismo alternativo



Il libro intende, in primo luogo, offrire una prospettiva critica e andare al di là delle interpretazioni dello spazio turistico come contenitore di risorse e vocazioni per mettere in luce le complesse articolazioni che alimentano la relazione tra rappresentazione e pratica dei luoghi turisticizzati. Il titolo del libro sottintende l'idea di indagare tali articolazioni dalla prospettiva particolare di forme di turismo considerate "alternative", che vanno dal turismo attento ai valori ambientali, ecologici e culturali al turismo politico. Il testo, attraverso una serie di casi studio, dalle Galapagos all'India, dal Chiapas al Salento, vuole indagare significati e immaginari geografici che vengono prodotti sul luogo o su particolari categorie di luoghi e di pratiche turistiche alternative. L'obiettivo è analizzare il modo in cui questi immaginari si sono formati e quali sono i loro effetti complessi e spesso paradossali sulle modalità di rappresentazione, di organizzazione dello spazio turistico e sui comportamenti di residenti e 'stranieri'.

Rachele Borghi ha conseguito il dottorato di ricerca in Culture, tradizioni e società arabo-islamiche presso l'Università Ca' Foscari di Venezia nel 2006. È assegnista presso l'Università di Venezia e docente a contratto. I suoi interessi di ricerca riguardano le questioni postcoloniali e interculturali, la geografia del turismo e la geografia di genere. Ha pubblicato con Unicopli (2008) *Geografia, postcolonialismo e costruzione delle identità*.

Filippo Celata è ricercatore di geografia economica e politica presso l'Università di Roma "la Sapienza" dal 2006 e insegna, presso la Facoltà di economia, geografia economica, economia urbana e sistemi informativi geografici. I suoi interessi di ricerca includono il turismo urbano, la spazialità dei sistemi di produzione, le politiche di sviluppo locale e regionale, l'analisi spaziale, i metodi interpretativi e la geografia post-strutturalista. Ha pubblicato con Giappichelli (2009) *Spazi di produzione: una prospettiva relazionale*.

ISBN-978-88-400-1356-5



€ 14,00

INDICE

p. 7	Prefazione, di <i>Marco Aime</i>
11	Introduzione: immaginari, performance e paradossi sulle rotte del turismo alternativo, di <i>Rachele Borghi e Filippo Celata</i>
31	1. Il turismo e l'incontro con l'altro, di <i>Giorgia Ceriani, Philippe Duhamel, Rémy Knafou e Mathis Stock</i>
45	2. La 'bolla verde': ecoturismo e sostenibilità, di <i>Monica Camuffo e Stefano Malatesta</i>
69	3. Turismo, ambientalismo e (post-)politica in uno spazio di riserva: l'arcipelago delle Galapagos, di <i>Filippo Celata e Venere Stefania Sanna</i>
97	4. Passando in India: visioni cinematografiche, immaginari geografici e turismo, di <i>Antonella Rondinone</i>
117	5. Culture in movimento: il distretto turistico reggae salentino, di <i>Giuseppe Muti</i>
139	6. Zapaturismo e turismo politico in Messico, di <i>Valeria Pecorelli</i>
157	7. Il turismo alternativo come pratica sociale: il backpackers: di <i>Anna Carrabetta</i>
173	8. L'intruso: le dinamiche spazio-temporali di una pratica di mobilità 'non critica', di <i>Chiara Rabbiosi</i>
199	Appendice
209	Indice delle figure
211	Note sugli autori

INTRODUZIONE

Immaginari, performance E paradossi sulle rotte del turismo alternativo

Rachele Borghi, Filippo Celata

Fu detto a Socrate che qualcuno non s'era affatto migliorato in viaggio. "Lo credo bene" disse lui, "s'era portato con sé se stesso", M. Montaigne.

"Siamo tutti turisti!" Questa affermazione sottintende non solo la constatazione, piuttosto ovvia, di quanto la pratica turistica sia diffusa presso le società occidentali, ma mette in guardia anche da alcuni pericoli, primo fra tutti la sconcertante banalità che spesso caratterizza il turismo come pratica. Sia quando si organizza come fenomeno di massa, sia nelle sue declinazioni di nicchia – dalla spiaggia affollata fino al più sperduto angolo del pianeta – la pratica turistica sembra riproporre ovunque gli stessi stereotipi, inducendo anche le persone più attente ad abdicare la propria personalità, la propria storia e la complessità del proprio particolare punto di vista, per diventare *homo turisticus*, perché come tale sarà percepito dagli altri.

Il secondo pericolo, strettamente connesso, è la sconcertante banalità che caratterizza molti studi scientifici sul turismo, la cui lettura può risultare altrettanto noiosa dello sfogliare album fotografici di viaggi a cui non si è partecipato. Tutti, infatti, si sentono autorizzati a parlare di turismo. Se una discussione, più o meno scientifica, sulla teoria dei quanti o sulla biodiversità della foresta amazzonica esige una serie di nozioni propedeutiche, intavolare una discussione sul turismo apre il dibattito a qualunque interlocutore. Tutti, almeno una volta nella vita, sono stati turisti e di conseguenza ognuno di noi ha almeno un'esperienza da raccontare. Pertanto, scegliere il turismo come oggetto di studio, un fenomeno talmente vasto e complesso, permette di parlare di tutto e di niente.

Il/la lettore/trice scoraggiato/a¹ da queste premesse, sappia però che, malgrado il rischio di 'banalità', lo studio del turismo resta una delle porte d'ingresso privilegiate per chiunque voglia dotarsi degli strumenti necessari per comprendere la nostra società. Esso, infatti, si presenta come un riflesso particolarmente significativo delle dinamiche che la compongono, al punto da essere considerato la quintessenza dell'industria postmoderna per la sua combinazione di visuale, estetico e popolare.

Il turismo svolge un ruolo essenziale nella dialettica sociale e spaziale che assegna significato ai luoghi: da una parte alimenta l'immaginario collettivo e individuale attraverso la produzione di icone e di rappresentazioni, dall'altra modella i luoghi che si fanno 'turistici' attraverso trasformazioni visibili che rendono possibile la pratica turistica e che spazializzano quelle stesse immagini. È necessario, pertanto, andare oltre le interpretazioni della regione turistica come contenitore di risorse e di vocazioni, per mettere in luce le complesse articolazioni che alimentano la relazione tra turisti e luoghi turisticizzati e analizzare, assieme alla sua dimensione materiale, anche i sistemi di significato e le narrazioni che caratterizzano questo spazio d'incontro cruciale tra il 'qui' e l'"altrove", tra noi stessi e gli altri.

Lo scopo di questo volume è quello di indagare tali articolazioni attraverso l'analisi di forme di turismo considerate 'alternative' che rappresentano tentativi espliciti di resistere alla presunta banalità del turismo di massa e di contrastare alcune delle sue degenerazioni.

Anche le letture più tradizionali del fenomeno, oltre ad enfatizzarne gli innegabili benefici, non hanno ignorato l'impatto che il turismo ha sull'ambiente e sulle comunità locali, le ambiguità e gli effetti negativi che sono impliciti nella turisticizzazione dei luoghi. A fronte di queste negatività sono emerse alcune forme di turismo 'alternative' che, oltre al tradizionale turismo autoorganizzato e al turismo culturale, includono l'ecoturismo, il turismo equo, responsabile, etnico, sociale, ecc.

Se il turismo è accusato, ad esempio, di compromettere l'ambiente, si sviluppano forme di 'turismo sostenibile' che assumono la natura (considerata 'incontaminata') come prodotto stesso del viaggio. Se il turismo compromette la specificità culturale dei luoghi, esistono intere regioni che assumono tali culture come elemento principale di attrazione e di fruizione turistica. Se si pensa che il

¹ A parte questa prima volta, abbiamo scelto di utilizzare il convenzionale genere maschile per intendere sia maschile che femminile. Siamo consapevoli di usare un linguaggio 'posizionato' (*positioned*) ma purtroppo l'uso del doppio genere avrebbe appesantito la lettura.

turismo conduca alla mercificazione e alla messa a profitto del territorio per soddisfare gli istinti edonistici del consumatore, si sviluppano forme di turismo guidate da valori morali, etici, fino al limite dello 'zaturismo', dove il viaggio diventa addirittura una forma di attivismo politico.

Cosa motiva, dunque, questa ansia di 'alternative'? In che misura queste pratiche differiscono da forme di turismo più tradizionali? È effettivamente possibile un *turismo critico*?

Mascheramenti

A ben vedere le pratiche di viaggio 'alternative', nelle loro diverse accezioni, sono da sempre oggetto privilegiato di attenzione negli studi critici sul turismo. Questi studi, soprattutto quelli prodotti negli anni Settanta e Ottanta, abbondano di classificazioni che distinguono la superficialità e la passività del turismo di massa organizzato da altre forme di viaggio che si basano sulla ricerca dell'autentico, sul desiderio di scoperta e di incontro con 'l'altro'.

Senza voler sistematizzare un ampio universo di riferimenti, è utile menzionare, in quanto molto noti, gli studi di Dean MacCannell (1973). Per MacCannell il turista alternativo è mosso da una reale esigenza di 'autenticità'; egli rischia tuttavia di compromettere tale autenticità con i suoi stessi viaggi: per riuscire a difendere o mascherare la propria identità dallo sguardo invadente dello straniero, o semplicemente per rispondere a alle aspettative del turista, la popolazione locale tenderà a nascondersi dietro le quinte per esibire sul palcoscenico una versione teatralizzata di se stessa.

Se MacCannell era ancora convinto che il turista potesse accedere alla 'reale autenticità' dei luoghi, sebbene con difficoltà e attraverso successivi passaggi, diversi studi successivi hanno messo in discussione, oltre alla possibilità di un effettivo 'incontro', lo stesso concetto di autenticità. Il turismo alternativo, anche in questi casi, è risultato un punto di vista cruciale di osservazione: "la manifestazione più esplicita delle contraddizioni che la ricerca dell'autentico reca con sé nella nostra epoca" (Minca, 1996, p. 121).

Com'è possibile, infatti, un effettivo incontro con 'l'altro'? Com'è possibile, più in generale, che il turista conosca effettivamente i luoghi che attraversa? Egli può al massimo permettersi di osservarli. Il turismo contemporaneo è fondamentalmente un'esperienza visiva. Nei suoi studi sul *tourist gaze*, il sociologo John Urry (1995) ha messo in evidenza come nell'epoca dell'ipermobilità l'esperienza turistica si riduca alla mera osservazione e alla spettacolarizzazione dei luoghi. I turisti contemporanei sono rapidi e fugaci: "Sono collezionisti di

sguardi; sempre meno interessati nel visitare lo stesso luogo anno dopo anno. Il primo sguardo è quello che conta” (Urry, 1990, p. 34). L’espansione del tempo libero è parallela alla sua frammentazione e non si riflette nella possibilità di dedicare più tempo alla visita dei luoghi che si vogliono conoscere, ma piuttosto nell’attitudine schizofrenica a volerne vedere il maggior numero possibile.

Assistiamo inoltre, negli ultimi decenni, ad una particolare “epidemia dell’immaginario” (Zizek, 2004) per la quale i simboli e i desideri tendono progressivamente a sostituire la realtà. L’esperienza turistica assomiglia sempre meno ad una ‘scoperta’ e si qualifica sempre più come una conferma. “Scegliamo di andare in un posto perché sappiamo com’è, lo abbiamo visto alla televisione o sulle riviste specializzate, sui cataloghi turistici, nelle proiezioni degli amici. Da scoperta, il viaggio diventa sempre più una verifica di ciò che conosciamo già” (Aime, 2005, p. 49).

Diventando prodotti che devono competere con altre migliaia di destinazioni per attrarre visitatori, i luoghi turistici rischiano di volere a tutti i costi assomigliare alla propria immagine (Minca, 1996, p. 56). O meglio, essi possono soffrire di una sorta di ‘dualismo schizofrenico’ (Minca e Oakes, 2006, p. 9): si trasformano non solo perché si adeguano ad ospitare particolari tipologie di turisti, ma perché cercano di corrispondere ad una particolare interpretazione di come i visitatori se li immaginano.

Gli immaginari turistici, inoltre, sottintendono un mondo chiuso, caratterizzato, da una parte, da una società in perenne movimento (quella dei turisti) e dall’altra da culture immutabili (quelle che caratterizzano i luoghi turistici) (MIT, 2002).

Le guide turistiche, per esempio, indicano all’utente quella prospettiva ‘perfetta’ in grado di cogliere l’‘essenza’ e lo ‘spirito’ dei luoghi, adottando spesso una visione dall’alto tipicamente occidentale, per la quale lo spazio turistico è considerato come una messa in scena, un quadro da ammirare (Mitchell, 1988 e Gregory, 1994). I protagonisti di questo quadro sono rappresentati come ‘folkloristici’, come espressioni tipiche dell’alterità e di una tradizione che in molti casi non esiste più.

Le identità locali, invece, sono molteplici e si trasformano continuamente. I luoghi non sono abitati da una ‘comunità’ unica e omogenea. Le comunità locali sono composte da persone che molto spesso reagiscono in maniera diversa e soprattutto portano avanti azioni e relazioni col settore turistico differenti: in alcuni casi ne traggono opportunisticamente vantaggio, in altri casi mostrano un’aperta ostilità nei confronti degli stranieri. Pensare ad un rapporto necessariamente conflittuale e basato su interessi diametralmente

opposti significa, ancora una volta, parlare al posto dell'altro, interpretando i turisti (occidentali) come 'conquistatori cattivi e privi di scrupoli' e le popolazioni locali come sfruttate, immobili, incapaci di gestire le proprie vite.

Il contatto con 'l'altro', in ogni caso, non è mai neutrale; esso influisce sui riferimenti culturali dei turisti così come su quelli di chi abita i luoghi turistici. Il problema non è valutare quale pratica turistica possa facilitare un contatto autentico o, al contrario, mascherare la presunta identità 'reale' dei luoghi, ma piuttosto verificare quale particolare tipo di realtà culturale e geografica risulti dall'incontro tra la popolazione locale e i turisti.

Intermediazioni

Gli itinerari turistici, in misura maggiore dei nostri spostamenti quotidiani, sono mediati da segni, perché solo "così si organizzano condizioni di circolazione in spazi entro i quali si sa che gli individui interagiscono solo con dei testi" (Augè, 1993, p. 88). Il turismo, paradossalmente, esprime in questo modo una delle dimensioni principali della 'deterritorializzazione' contemporanea: la perdita di una relazione diretta tra gli individui e il proprio ambiente, che è sempre più mediata da quei segnali che John Urry definisce 'marcatori' o 'segnaposti' (Urry, 1990, p. 35).

Per evitare, inoltre, un eccessivo senso di spaesamento, intorno alla pratica turistica si strutturano quelle che sono state definite *environmental bubbles* ("bolle ambientali"): ambienti protettivi che risultino familiari, comodi e vivibili il più possibile come i luoghi dai quali il turista proviene (Cohen 1972, p. 166). La pratica turistica è spesso, quindi, rigidamente 'organizzata' da diverse tipologie di intermediari, a cominciare dall'industria dei viaggi.

Gli studi di Cohen (1972, 1979), per esempio, e molti altri studi critici che si sono diffusi successivamente, si oppongono all'idea del villaggio turistico e del viaggio organizzato o in gruppo, inevitabilmente associato all'immagine della massa, e di una massa sottomessa agli ordini del mercato. Questi studi propongono una rigida distinzione tra turisti e 'viaggiatori', definiti da Cohen come turisti 'esploratori', 'giramondo', 'sperimentatori' e riconducibili alla figura del *backpacker* (il turista zaino-in-spalla).

Urry (1990, p. 43) sottolinea i limiti del turismo collettivo o di massa, ma anche i paradossi di quella che egli definisce *romantic gaze*: un'esperienza turistica che enfatizza la solitudine, l'eccezionalità e la spiritualità che sottende alla ricerca di un altrove autentico e incontaminato. Il *romantic gaze*, infatti, come già sottolineato da

Walter (1982), compromette i luoghi che ‘scopre’ agendo spesso come pioniere di forme di turismo molto meno romantiche. In questo modo il turista alternativo “sta scavando la sua stessa tomba” (*Ibidem*, p. 301). “Il *romantic gaze* è un meccanismo importante che contribuisce a diffondere il turismo su scala globale, inserendo pressoché qualsiasi paese all’interno del proprio ambito” (Urry, 1995, p. 44), per poi muoversi altrove alla ricerca di nuovi spazi.

Per rispondere alla progressiva saturazione del mercato, alla crescita della concorrenza e per inseguire i gusti sempre più vari ed esigenti dei consumatori, l’industria turistica si dimostra particolarmente reattiva nell’istituzionalizzazione di nuove destinazioni e di nuove forme di viaggio. Essa tende per questo a ricondurre qualsiasi forma di turismo alternativo all’interno di specifici pacchetti di offerta.

Lo stesso turista auto-organizzato, nonostante non si affidi passivamente ad una particolare industria, agisce comunque all’interno di un mercato. Egli è maggiormente autonomo nell’organizzazione del proprio viaggio, ma si basa su codici di comportamento e di significato condivisi, in molti casi simili a quelli del turista ‘di massa’.

Nell’epoca della postmodernità, inoltre, il turista ‘esploratore’ non si accontenta più della contemplazione di un paesaggio autentico o romantico, ma vuole trasformare l’alterità in un’esperienza (Aime, 2005).

Il turismo di scoperta prosegue oggi con l’organizzazione di viaggi avventurosi e perfino pericolosi² che però avvengono all’interno di gruppi, seguono itinerari prestabiliti e sono spesso rigidamente organizzati (Minca, 1996, p. 122). Un paradosso fondamentale del turismo di scoperta è che, proprio perché si svolge in spazi ‘altri’ e in luoghi poco turisticizzati, deve essere attentamente disciplinato.

Anche le forme più recenti del turismo cosiddetto ‘responsabile’, per via delle loro forti connotazioni etiche, si distinguono per la tendenza a costituire segmenti molto specifici e codificati, fino al limite di dotarsi di veri e propri “codici di comportamento”, come quelli che regolano l’ecoturismo.

La distinzione tra turismo organizzato e turismo autoorganizzato, in definitiva, non è sempre così evidente; le diverse forme di turismo devono essere distinte, a nostro avviso, in base alle diverse modalità con le quali esse si organizzano, e non per il fatto che una sia, per così

² Si pensi, ad esempio, ai tour operator che propongono ai turisti di trasformarsi per un giorno in immigrati clandestini e vivere l’esperienza di attraversare illegalmente la frontiera tra Messico e Stati Uniti (http://www.avvenimentonline.it/pdf/39-40_13-10-2006.pdf).

dire, più o meno organizzata dell'altra. Anche le guide turistiche organizzano i viaggi, proprio come i *tour operator*, sebbene sulla base di logiche differenti. Esse non descrivono soltanto il luogo ma, attraverso le loro indicazioni e preferenze, contribuiscono a modificarlo e devono per questo essere frequentemente aggiornate per evitare di descrivere una realtà che nel frattempo hanno contribuito a cambiare.

Immaginari

Se il turista 'alternativo' può riuscire ad evadere le "bolle ambientali" nella loro versione 'visibile' del villaggio turistico o del parco a tema, egli non potrà sfuggire ad altri tipi di 'bolle' che si strutturano intorno alla pratica turistica e che derivano, in buona parte, dalle modalità con le quali i luoghi turistici sono interpretati e rappresentati.

Il turista porta con sé nella valigia (o nello zaino), oltre ad immagini ed aspettative, anche una serie di codici comportamentali e convenzioni condivise riguardo, ad esempio, a ciò che si può o che non si può fare, oppure a quali azioni siano appropriate e quali invece 'fuori luogo'. Queste norme condivise danno vita ad un modo di essere *backpacker*, turista organizzato, ecoturista o turista responsabile e sono, per così dire, incorporate (*embodied*) nella pratica turistica.

La stessa capacità di una destinazione di attrarre turisti, normali o 'alternativi', non deriva solo – e deriva sempre meno – dalle caratteristiche fisiche dei luoghi e dalla loro dotazione in termini di risorse e di accessibilità. Essa discende, piuttosto, dalla traduzione di questi elementi in segni, rappresentazioni e narrazioni che sono in qualche caso veicolati dai media e che molto più spesso attingono ad un immaginario collettivo pre-esistente.

Ciò vale per qualsiasi 'prodotto' che acquistiamo sul mercato, e a maggior ragione nel caso in cui il prodotto è un luogo geografico, perché è solo attraverso la sua rappresentazione che possiamo pensare lo spazio.

L'immaginario turistico, come qualsiasi altra forma di rappresentazione, non svolge solo il compito di riflettere la realtà dei luoghi, descrivendoli, ma ha anche una funzione performativa: esso impone particolari modi di comportarsi e di pensare, sanziona l'adozione di comportamenti diversi, prescrive particolari necessità e alimenta i sistemi di significato con i quali interpretiamo, gestiamo e trasformiamo lo spazio.

Sono molteplici le modalità attraverso le quali gli immaginari geografici si spazializzano, ovvero si traducono in particolari pratiche

o trasformazioni territoriali. Il punto non è constatare come qualsiasi rappresentazione geografica sia inevitabilmente parziale, riduttiva e, a volte, perfino fuorviante rispetto ad una presunta reale autenticità dei luoghi, ma evidenziare la sua natura 'produttiva' (Dematteis, 1985). È necessario, quindi, in primo luogo interpretare le modalità, i testi e le immagini con le quali i luoghi turistici sono immaginati, e in secondo luogo evidenziarne gli effetti. Il problema non è la rappresentazione in sé ma il rapporto tra la rappresentazione e la materialità di ciò che è rappresentato.

Quando e in che modo si sono formati gli immaginari geografici che sottendono alle diverse forme di turismo? In relazione a quali eventi, testi o soggetti? In associazione a quali categorie, rappresentazioni e a quali sistemi di significato? Quali sono gli attori, le istituzioni, le regole che si strutturano intorno ad essi? In che modo immagini e narrative contribuiscono alla produzione di un particolare 'discorso' sul luogo (Knudsen *et al.*, 2008), e in che modo tale discorso influisce sul suo sviluppo fisico, sulle geometrie di potere locali e sul comportamento dei residenti e dei turisti? E quali sono gli esiti, i paradossi e i conflitti che ne derivano?

Le forme di turismo considerate alternative, proprio per la loro tendenza a distinguersi da forme turistiche più tradizionali e a costituire segmenti altamente codificati, costituiscono un punto di vista privilegiato per indagare le modalità attraverso le quali il discorso contribuisce a produrre lo spazio che descrive. La costruzione di spazi turistici, normali o 'alternativi', non discende tuttavia automaticamente dalla reificazione di un particolare immaginario. Essa è piuttosto il frutto di un compromesso tra la narrazione del luogo e la sua pratica materiale, tra l'immagine che i suoi visitatori portano con sé e il modo in cui questa immagine è riprodotta localmente, resa operativa, appropriata e resa compatibile con gli interessi di turisti, locali e 'intermediari'.

“Dicendo che il territorio non è solo rappresentato, ma anche 'prodotto' (...), va sottolineato che una rappresentazione geografica svolge questa funzione 'produttiva' solo se è conforme a un ordine politico generale” (Dematteis, 1985, p. 106), o meglio, per dirla in termini foucaultiani, se è funzionale ad un particolare sistema di potere/sapere. Il problema non è verificare in che misura l'immaginario turistico, o il 'discorso' sul luogo, corrisponda o mascheri una realtà empirica effettivamente verificabile, ma indagare le modalità con le quali il turismo assegna ai luoghi un particolare significato, escludendo o marginalizzando altre possibili rappresentazioni e contribuendo, per la propria parte, a dare un ordine al mondo.

Performance

I luoghi, anche quando si fanno turistici, non sono mai entità statiche e prevedibili. La loro forma materiale, l'importanza simbolica e la maniera in cui essi sono percepiti, rappresentati e narrati cambia continuamente (Edensor 1998, p. 8). Infatti

I luoghi non sono entità autentiche con confini definiti in attesa di essere visitati. I luoghi sono grovigli di persone attraversati da diversi sistemi che generano e riproducono particolari performance nel o del luogo (e in confronto ad altri luoghi). Tali sistemi comprendono reti di stranieri, locali, edifici, oggetti e macchinari che realizzano in maniera contingente particolari performance (Urry 2006, p. vii).

Se è vero che il turista agisce per buona parte all'interno di una dimensione 'immaginata' che è costruita nel contesto di partenza attraverso l'assemblaggio di tutta una serie di elementi di carattere visuale e testuale (brochure, cataloghi, mass media, ecc.), è altrettanto vero che egli attraversa materialmente i luoghi che visita. L'esperienza turistica è certamente legata ad immagini e messaggi precostituiti, ma è successivamente filtrata dall'interazione dell'individuo con il luogo.

Per lungo tempo, il turista è stato considerato da molti studiosi un oggetto di ricerca piuttosto che un soggetto pensante e dotato di una personalità propria. Esso veniva – e viene spesso – studiato come l'elemento di una massa informe che opera all'interno di spazi predefiniti e attraverso logiche e modalità prestabilite. Più recentemente questa interpretazione è stata messa in discussione per lasciar posto ad una prospettiva che potremmo definire 'ribaltata' (MIT, 2001 e 2005). La stessa industria turistica ha cominciato a percepire il turista non solo come 'oggetto' da studiare, proteggere o sfruttare a seconda dei punti di vista, ma soprattutto come un soggetto, un consumatore autonomo, con esigenze differenziate, in grado di costruire la propria esperienza e di interagire con lo spazio turistico attraverso una serie di azioni e di comportamenti (Crouch, 2004).

È la dimensione 'corporale' del turismo che qui viene messa al centro dell'analisi, dal momento che il turista interagisce col luogo non solo attraverso la sua immaginazione e con lo sguardo, ma anche attraverso il suo corpo e tutti i suoi sensi. Tim Edensor (2001 e 2007), per esempio, partendo da concetti già consolidati come quelli di 'pratica' e di '*habitus*'³ (Bourdieu 1995, pp. 191-199), ha introdotto

³ Bourdieu definisce l'*habitus* come "l'insieme dei valori, delle strutture cognitive e delle pratiche di identificazione di uno specifico segmento sociale" (Bourdieu 1995, pp. 191-199). Gli *habitus* sono schemi percettivi e valutativi che

negli studi sul turismo il concetto di *performance*, utilizzato per la prima volta nelle scienze sociali da Judith Butler (1996) per indicare la tendenza a reificare, considerare cioè come oggetti, o fatti, le norme e le convenzioni che regolano i rapporti tra individui e tra questi e lo spazio nel quale si trovano ad agire.

Gli studi sul turismo, per esempio, hanno per lungo tempo posto l'accento sulla dimensione 'sospesa' della performance turistica, ovvero su come il turista metta in atto tutta una serie di comportamenti esoneranti rispetto alla propria vita quotidiana. Edensor sottolinea, invece, come il turista riproduca, per buona parte della propria vacanza, comportamenti abituali e gesti del tutto assimilabili a quelli che egli svolge a casa propria. Non vi è più, quindi, una relazione dicotomica tra tempo del lavoro e tempo libero. Il quotidiano, incorporato e introiettato, viene riportato e riprodotto dal turista nel corso dei suoi viaggi (Edensor, 2001). Anche quando il turista esce dall'ambito della propria quotidianità, il suo comportamento è radicato in un particolare *habitus* che deriva dal senso comune e dalla comunità interpretativa di provenienza.

Sebbene la pratica turistica porti a riprodurre performance abituali e rituali, l'esperienza del luogo mette alla prova l'immaginario che il turista porta con sé, e finisce spesso per prevalere. O meglio l'interazione tra gli elementi di cui si compone l'identità del turista, le sue pratiche corporali, le performance e il luogo, agiscono e interagiscono all'interno di uno spazio che (per fortuna) è ancora aperto, ovvero complesso e prevedibile solo fino ad un certo punto (Edensor, 2007).

Il turismo è un processo che comporta la riproduzione continua di pratiche e spazio in contesti condivisi. Ma questa riproduzione non è mai scontata, perché malgrado la prevalenza di codici e norme, le convenzioni possono essere destabilizzate da 'performance ribelli' o da attivazioni multiple e simultanee sullo stesso palcoscenico (Edensor, 2001). Il turismo e le performance ad esso legate possono quindi diventare non solo un modo di riprodurre le convenzioni e il 'già detto', ma anche un modo per rompere l'ordine prestabilito, dando vita ad una serie di eventi che non solo interagiscono col luogo (turistico), ma che contribuiscono a crearlo, ricrearlo e soprattutto a dargli un nuovo senso (De Certeau, 2001).

derivano dall'esperienza quotidiana degli individui e che essi, in maniera inconsapevole, sono portati a riprodurre.

Alternative

La diffusione del turismo nelle società contemporanee è motivata dall'epidemia dell'immaginario che caratterizza la nostra epoca, ma anche dal disorientamento prodotto dalla perdita dei referenti tradizionali e dal mutamento delle coordinate spazio-temporali che caratterizza la postmodernità. L'essenza stessa del turismo alternativo ha molto a che fare con la ricerca di un 'senso' e con il tentativo di dare un significato (alternativo) al proprio viaggio, al luogo di destinazione e al fatto stesso di viaggiare. Sia nelle sue accezioni di ricerca dell'autentico o di scoperta, sia nelle sue più recenti declinazioni sociali e 'responsabili', le pratiche turistiche alternative coinvolgono sempre una dimensione etica che ha a che fare in parte con il luogo che si visita e in parte con l'identità di chi viaggia.

L'altrove, per sua natura, si presta ad essere idealizzato e trova spesso significato dalla contrapposizione binaria con ciò che è invece presente o assente nella vita di tutti i giorni. Il turismo è sempre una ricerca di qualcosa che non c'è, il sintomo di una mancanza. Il turista postmoderno, destabilizzato da una realtà complessa e dalla perdita dei riferimenti tradizionali, vede nella pratica turistica un modo per calmare il senso di spaesamento che la sua condizione gli suscita. Se l'evasione dalla banalità e dalle criticità del quotidiano muove gli istinti ludici del turismo ricreativo, la ricerca di un passato idealizzato dà vita a forme di turismo culturale, esempio precursore di turismo alternativo che designa le città storiche quale palcoscenico privilegiato per la performance turistica. La nostalgia per la natura, la sua assenza dalle nostre percezioni quotidiane, si concretizza in un recupero impossibile, effimero ma dalle enormi valenze commerciali quale ad esempio il turismo naturalista.

Il turismo alternativo non distingue soltanto tra il qui e l'altrove ma anche tra pratiche dell'altrove normali e altre più dirette, autentiche, attive, responsabili, intelligenti. Questa retorica è portata avanti non solo dall'industria turistica ma anche dalle diverse organizzazioni non-governative (ONG) che lavorano nel campo dello sviluppo sostenibile, attive nella vendita di un turismo definito 'intelligente', pieno di buoni sentimenti, che si alimenta della cattiva coscienza degli occidentali (MIT, 2002). Se il turismo culturale o il turismo etnico rappresentano ormai segmenti altamente istituzionalizzati e si riducono al "tentativo disperato di raccogliere il mondo in un album di figurine" (Minca, 1996, p. 71), il turismo alternativo viene declinato attraverso una serie di aggettivi (responsabile, etico, sostenibile) che esprimono la creazione di nuovi

immaginari, di 'esotismi' diversi, ed enfatizzano ulteriormente la dimensione etica e anche intima del viaggio (Aime, 2005).

Adottando particolari connotazioni etiche e perfino politiche, i viaggiatori della postmodernità sembrano spostare la frontiera della sperimentazione turistica dalla ricerca dell'autentico, del selvaggio e dell'inesplorato, verso forme di tensione sociale e morale che si contrappongono agli istinti meramente edonistici o ricreativi che caratterizzano gran parte dei turismi 'classici'. Essi, inoltre, devono trasformare questa ricerca in un'esperienza per sentirsi essi stessi parte attiva di un 'progetto' dotato di (buon) senso.

Il turista contemporaneo, al cospetto della geografia delle immagini turistiche, esplicita il dramma della postmodernità: quello della sovrabbondanza di scelte possibili ma da operare orfano ormai della prospettiva che dava un senso al suo rapporto con il vicino e il lontano (Minca, 1996, p. 72).

Il senso perduto della propria realtà quotidiana si ricerca quindi altrove, attraverso il viaggio, in luoghi specifici dove particolari etiche alternative possano materializzarsi ed essere messe in pratica come esperienze totali.

Anche in questo caso, però, tale 'senso' prescinde dalla specificità dei luoghi per renderli, ancora una volta, supporto immaginifico di pratiche che hanno trovato senso altrove e che, nel corso del viaggio, possono acquisirne altri, oppure perderlo del tutto.

Paradossi

Il libro raccoglie un insieme di articoli che mirano a dare un contributo alla comprensione degli immaginari geografici, delle performance e dei paradossi connessi con la (ri)produzione di spazi turistici 'altri', sia nella loro dimensione immaginata che nella loro materialità. L'obiettivo è indagare il modo in cui gli immaginari turistici sono prodotti e riprodotti e quali sono i loro effetti complessi sulle modalità di organizzazione dello spazio e sui comportamenti di residenti e stranieri. I lavori si basano prevalentemente su indagini sul campo e si concentrano in parte su specifiche tipologie di turismo alternativo come il fenomeno dei *backpacker*, l'ecoturismo e il turismo naturalistico, il turismo politico, e in parte su alcune tematiche di tipo trasversale come i concetti di immaginario, discorso, pratica, performance, ecc.

Nel primo capitolo, *Il turismo e l'incontro con l'altro*, alcuni ricercatori del gruppo di ricerca francese MIT, coordinati dal geografo Rémy Knafou, si interrogano sulle motivazioni alla base della scelta di modalità turistiche 'intelligenti'. Gli autori partono da alcuni luoghi

comuni e da 'slogan' utilizzati da turisti e da tour operator per mettere in luce le motivazioni e le contraddizioni del turismo 'alla scoperta dell'altro'. Lo studio mette in discussione, in modo provocatorio, la stessa nozione di turismo alternativo, proponendo una lettura 'ribaltata' rispetto agli approcci 'classici' allo studio del turismo. Gli autori criticano la convinzione diffusa secondo la quale solo attraverso il 'viaggio' sia possibile l'incontro con l'altro', mentre il 'turismo' porterebbe invece a proporre una sorta di 'non-incontro'. Le pratiche turistiche, in realtà, possono essere lette non solo come vettori di uniformizzazione o banalizzazione, ma anche come modelli di produzione e di riduzione o attenuazione dell'alterità.

I due capitoli successivi riguardano il "turismo sostenibile". Monica Camuffo e Stefano Malatesta, in *La 'bolla verde': ecoturismo e sostenibilità*, indagano le motivazioni e le modalità che portano allo sviluppo di uno dei segmenti di offerta turistica con i più alti potenziali di crescita: l'ecoturismo. L'obiettivo è decostruire le definizioni e i codici comportamentali che regolano l'ecoturismo, le narrative associate alla fruizione turistica di spazi naturali di pregio e la particolare idea di 'natura' che tali narrative assumono. L'ecoturismo, secondo gli autori, si qualifica come la risposta socialmente accettata ad un'inquietudine: il senso di colpa che assale il turista, la sua esigenza di non compromettere l'equilibrio incontaminato dei luoghi che visita e soprattutto la volontà di sentirsi egli stesso protagonista di un progetto di sostenibilità.

Il capitolo successivo mostra gli effetti per nulla scontati della spazializzazione dell'immaginario ambientalista, attraverso l'analisi delle forme storiche di territorializzazione e di sviluppo turistico dell'arcipelago delle Galapagos. In *Turismo, ambientalismo e (post-)politica in uno spazio di riserva*, Filippo Celata e Venere Stefania Sanna offrono una rilettura dei sistemi di regolamentazione che si sono succeduti nell'arcipelago negli ultimi anni e delle geometrie di potere/sapere sui quali essi si fondano. L'obiettivo è mostrare come il binomio turismo e conservazione della biodiversità trasformi gli ecosistemi che intende invece preservare intatti, influenzando sui cicli umani e naturali, generando conflitti sociali e determinando esiti paradossali e anche contraddittori con i presupposti normativi che lo stesso discorso ambientalista si pone. Tali esiti sottintendono le difficoltà implicite nella traduzione dell'ambientalismo in un progetto politico.

Nel capitolo successivo, *Passando in India: visioni cinematografiche, immaginari geografici e turismo*, Antonella Rondinone si concentra sul concetto di immaginario turistico. Oggetto

di indagine sono le rappresentazioni ricorrenti che i turisti occidentali associano generalmente all'India e che, a loro volta, si basano sulla particolare idea di 'oriente' che si è sviluppata in occidente. L'autrice si concentra, in particolare, sulle rappresentazioni correnti che sono veicolate attraverso il cinema. Anche se non contribuisce ad incanalare i turisti verso qualche località specifica, come avviene sempre più di frequente in occidente nell'ambito del cosiddetto 'cineturismo', l'India immaginata e vista al cinema influisce sull'India visitata e vissuta come esperienza, consentendo al turista diverse 'verifiche' e alcune esperienze spiazzanti.

Culture in movimento: il distretto turistico reggae salentino, di Giuseppe Muti, riguarda una forma particolare di 'turismo culturale' che ogni estate trasforma alcuni Comuni del Salento in un luogo di attrazione privilegiato per migliaia di appassionati di musica *reggae*. Piuttosto che mero supporto per la trasposizione di modelli culturali presi in prestito, in particolare dalla Giamaica, quest'area particolare del Salento si qualifica come un nodo cruciale per la produzione di cultura *reggae* a livello mondiale, favorendo interessanti ibridazioni con le tradizioni culturali locali che ruotano intorno alla "festa della Taranta" e che, a ben vedere, non sono necessariamente più spontanee o autentiche. Lo sviluppo del distretto ribadisce il carattere transnazionale delle odierne forme culturali, la loro capacità di viaggiare attraverso il tempo e lo spazio e, contemporaneamente, l'esigenza di luoghi specifici e delimitati dove sia possibile sentirsi parte di comunità alternative e mettere in pratica performance liberatorie o addirittura illegali.

Il contributo di Valeria Pecorelli riguarda il caso particolare e significativo del Chiapas e la possibilità di tradurre l'esperienza turistica in una forma di attivismo politico. *Zapaturismo e turismo politico in Messico* descrive i tratti salienti e le motivazioni che hanno determinato lo sviluppo di forme di turismo solidale alla causa zapatista. L'autrice delinea inizialmente le tappe fondamentali dell'affermazione del movimento guidato dal subcomandante Marcos, sottolineando l'importanza dei media nel veicolare una particolare immagine del fenomeno zapatista. La mediatizzazione del fenomeno ha suscitato in tutto il mondo l'interesse per il movimento, attraendo in Chiapas un gran numero di turisti 'alternativi' appartenenti ad un segmento di mercato ben preciso – quello degli occidentali impegnati socialmente e attivi nel campo delle ONG – che possono essere alternativamente 'zapaturisti' o veri e propri 'turisti politici'.

Il capitolo successivo riguarda la più antica e diffusa alternativa al turismo di massa: il viaggio autoorganizzato e zaino-in-spalla. In *I backpackers: da fenomeno turistico alternativo a pratica sociale*

consolidata, Anna Carrabetta descrive la genesi e lo sviluppo di questa forma di turismo, gli elementi di continuità e di rottura con il fenomeno degli *hippies* e l'eterogeneità che contraddistingue il fenomeno del *backpacking* oggi. Facendo riferimento alle diverse chiavi di lettura con le quali, a partire dagli anni Settanta, le scienze sociali hanno interpretato il fenomeno del *backpacking*, l'autrice sottolinea come tale eterogeneità discenda dalla natura stessa del fenomeno: il turista autoorganizzato deve infatti distinguersi e individuare spazi 'incontaminati', ma ha bisogno allo stesso tempo di servizi adeguati e non riesce ad evitare che i luoghi che egli scopre, e le stesse pratiche di *backpacking*, siano progressivamente istituzionalizzati.

Il libro si conclude con l'esempio di una pratica di turismo 'alternativa' al turismo, ovvero: il turismo dello *shopping*, che solo raramente viene definito 'turismo' da chi lo pratica. In *L'intruso: le dinamiche spazio-temporali di una pratica di mobilità "non critica"*, Chiara Rabbiosi descrive in maniera lucida e ironica le *performance* che caratterizzano i consumatori che si recano nel fine settimana in alcuni famosi *Outlet* italiani. I visitatori degli *Outlet* non sono mossi solo dalla necessità di fare buoni acquisti, ma anche da una curiosità motivata dal senso del luogo intrinseco dell'*Outlet*: un senso sganciato da una localizzazione geografica e 'fuori dalla realtà', lontano dalla propria quotidianità. Gli *Outlet*, più precisamente, propongono un equilibrio ottimale tra ordinarietà e straordinarietà, pubblico e privato, dentro e fuori. Essi rappresentano per questo spazi turistici per antonomasia: stranianti, diversi, totali, ma allo stesso tempo rassicuranti, normali, aperti a tutti, e testimoniano le crescenti commistioni tra spazi del turismo e spazi del tempo libero..

Come ogni testo, anche questo è frutto di un contesto, un contesto formato, nel nostro caso, da luoghi ma soprattutto da persone. Vogliamo quindi ringraziare tutti coloro che hanno, in qualche modo, contribuito alla realizzazione del libro. Innanzitutto il CNR, dal momento che la ricerca teorica e bibliografica è stata possibile grazie al finanziamento del progetto legato al bando "Promozione della ricerca 2005". Elena dell'Agnese e Giacomo Corna Pellegrini hanno appoggiato con entusiasmo la nostra proposta di scrivere un libro sul turismo 'alternativo' o forse, ancor meglio, 'alternativo' al turismo. I suggerimenti e gli stimoli di Marco Aime sono stati fondamentali, in particolare per la concezione del nostro progetto editoriale. Ringraziamo tutti gli autori per i loro contributi, e per averci sopportato in questi mesi, e in particolare Antonella Rondinone, che

ha dedicato il suo tempo per rileggere più volte molte parti del libro, dandoci preziosi consigli di forma e di contenuto.

Infine, un ringraziamento personale (Rachele) va a Mauro Cannone, per aver accettato serenamente che il lavoro possa sovrapporsi alla vita privata e per aver sopportato con pazienza e ironia ansie e nervosismi.

Bibliografia

- Aime M. (2005), *L'incontro Mancato: Turisti, Nativi, Immagini*, Torino, Bollati Boringhieri.
- Augè M. (1993), *Nonluoghi. Introduzione a una antropologia della surmodernità*, Milano, Eleuthera.
- Bourdieu P. (1995), *Ragioni pratiche*, Bologna, Il Mulino.
- Butler J. (1996), *Corpi che contano*, Milano, Feltrinelli.
- Cohen E. (1972), "Towards a sociology of international tourism", *Social research*, 39, pp. 164-182.
- Cohen E. (1979), "Rethinking the sociology of tourism", *Annals of Tourism Research*, 6, pp. 18-35.
- Crouch D. (2004), "Tourist practices and performances", in Lew A. et al. (eds.), *A companion to tourism*, Oxford, Blackwell.
- De Certeau M. (2001), *L'invenzione del quotidiano*, Roma, Edizioni Lavoro.
- Dematteis G. (1985), *Le metafore della terra*, Milano, Feltrinelli.
- Edensor T. (2001), "Performing tourism, staging tourism. (Re)producing tourist space and practice", *Tourist Studies*, 1 (1), pp. 59-81.
- Edensor T. (2007), "Mundane mobilities, performances and spaces of tourism", *Social & Cultural Geography*, 8 (2), pp. 199-215.
- Gregory D. (1994), *Geographical Imaginations*, Oxford, Blackwell.
- Knudsen D.C., Greer C.E., Metro-Roland M.M., Soper A.K. (2008), *andscape, Tourism, and Meaning*, Londra, Ashgate.
- MacCannell D. (1973), "Staging authenticity: arrangements of social space in tourist settings", *American Journal of Sociology*, 79, pp. 589-603.
- Minca C. (1996), *Spazi effimeri. Geografia e turismo tra moderno e postmoderno*, Padova, Cedam.
- Minca C., Oakes T. (2006), *Travels in paradox: remapping tourism*, Lanham, Rowman & Littlefield.
- MIT (2002), *Tourismes 1. Lieux communs*, Parigi, Belin.
- MIT (2005), *Tourismes 2. Moments de lieux*, Parigi, Belin.
- Mitchell T. (1988), *Colonising Egypt*, Berkeley, University of California Press.
- Urry J. (1990), "The 'Consumption' of Tourism", *Sociology*, 24 (1), pp. 23-35.
- Urry J. (1995), *Lo sguardo del turista*, Roma, SEAM.
- Urry J. (2006), "Preface: Places and Performances", in Minca C., Oakes T. (eds.), *Travels in paradox: remapping tourism*, Lanham, Rowman & Littlefield.
- Walter J.A. (1982), "Social limits to tourism", *Leisure Studies* 1, pp. 295-304.
- Zizek S. (2004), *L'epidemia dell'immaginario*, Roma, Meltemi.