

# Turismo-Verità

Raffaele Scolari

La questione della verità, posta in riferimento al turismo, conduce su un doppio binario: su quello di un'indagine volta a descrivere, comprendere e valutare le disparate pratiche turistiche in uso nelle società avanzate dell'epoca post-industriale; e poi su quello del turismo, o per lo meno di talune sue forme, come pratica di verità, ossia di ricerca di una verità - a seconda dei casi individuale, collettiva, esistenziale, religiosa, politica o storica.

I due percorsi possono sintetizzarsi con titoli di segno opposto: "verità del turismo" e "turismo della verità". A prima vista, nel primo caso, al termine "verità" non pertiene quel carattere enfatico, o *pathos*, che invece sembra debba assumere il secondo. Questo anche in ragione di una vocazione interdisciplinare, ossia coinvolgente discipline diverse come la sociologia, l'economia, l'antropologia e la psicologia, che gli studi tesi a sviscerare e capire le pratiche turistiche devono per forza di cose fare propria. Di contro, nel secondo caso, verità non starebbe a indicare le risultanze derivanti dalla comprensione di un fenomeno, bensì il configurarsi di un anelito profondo, di una ricerca di autenticità, cambiamento e confronto con la diversità. In altri tempi si sarebbe parlato di ricerca di una verità scientifica, da un lato, e di vocazione ideologica o addirittura metafisica, dall'altro. Alla prova dei fatti, fra le due dimensioni vi è commistione, o quantomeno i due binari di cui si è detto corrono per lunghi tratti paralleli. Nell'uno e nell'altro caso, infatti, i discorsi devono considerare le cause o i motivi che inducono milioni e milioni di individui a spendere tante energie per viaggiare, dilettarsi e riempire di senso i tempi della vacanza. Parimenti devono fare i conti con una circostanza singolare o comunque di non immediata evidenza. Le tante pratiche turistiche, e *in primis* il viaggio, che tutte si originano da un desiderio, volontà o necessità di interruzione, rottura, fuoriuscita dalla ripetitività della vita quotidiana e da tutte le sue regolamentazioni, si risolvono in pratiche che presentano un altissimo grado di organizzazione e regolamentazione. Il bisogno di esperienza, ossia di viaggiare (come bene esprime il verbo tedesco *erfahren*, che appunto contiene *fahren*, viaggiare), il quale propriamente dovrebbe realizzarsi nell'uscire fuori e nell'esposizione all'alterità di oggetti, siti ed eventi "nuovi", alla prova dei fatti si risolve in un entrare dentro, ossia in un assorbimento ancora più pervasivo nel sistema dei dispositivi di organizzazione della vita.

L'industria del turismo, che è avviata a diventare la prima industria del mondo globalizzato, configura un sistema di dispositivi di confezionamento del contenuto dell'esperienza del viaggio o della vacanza. Essa, tuttavia, non si limita a tale confezionamento, bensì opera in profondità nel plasmare e riplasmare il soggetto della fruizione turistica della realtà; potremmo addirittura dire che configura l'io turistico e le forme a priori dell'esperienza turistica. Questa forza plasmante del dispositivo turistico dà luogo non solo al cosiddetto sguardo del turista, ossia quel particolare modo di guardare la realtà tipico di chi visita un luogo per diletto, ma parimenti a particolari aspettative, attitudini e atteggiamenti - in generale a modalità di fruizione (attiva e passiva) della realtà affatto nuove.

Le mutazioni non riguardano però unicamente la dimensione soggettiva, bensì del pari quella oggettiva. Il dispositivo produce effetti anche sulla realtà esterna; esso, infatti,

modellando gli spazi, istituisce un teatro all'interno del quale i tempi, i luoghi e gli oggetti soggiacciono alle logiche del consumo turistico. In questa sede non è il caso di valutare se il dispositivo, l'io e il teatro turistici siano la causa dei mutamenti, oppure se essi a loro volta siano determinati da altre, più importanti e generali trasformazioni in atto nelle società postindustriali. Che conta è qui osservare il successo di cui i modelli e gli schemi del turismo godono, e in particolare la loro diffusione in ambiti della vita estranei o apparentemente estranei alle pratiche turistiche.

Anche quando torna dentro, anche quando fa ritorno a casa, il turista non cessa di essere tale, non dismette gli abiti e gli schemi turistici. Solo apparentemente o comunque solo parzialmente la particolare sensazione di estraneità trapuntata di nostalgia che ci coglie al rientro da un viaggio o da una vacanza, il senso di straniamento rispetto agli spazi e ai tempi della quotidianità, segna una rottura, un cambiamento marcato di condizione, e più precisamente il succedere della normalità di soggetto stanziale alla condizione di nomade a tempo. In quella sensazione, infatti, trasmigra anche un nuovo modo di interrogare la realtà, l'aspettativa che essa si narri secondo i modelli, gli stili e i tempi dei teatri turistici che per un po' ci hanno visti spettatori e attori. In quei luoghi il reale, mettendosi in scena, ci parlava, condensava la sua esistenza passata e presente in uno spettacolo consumabile nei tempi più o meno stretti del viaggio o della vacanza. Ora, tornati a casa, è come se volessimo continuare a essere fuori quando ormai, di nuovo, siamo dentro.

La realtà territoriale in cui si dispiega la quotidianità delle nostre vite asseconda questa configurazione psicologica. Molti spazi urbani, infatti, sono oggi predisposti per il consumo turistico; i centri storici sono sempre più conservati secondo schemi idealizzati, messi scena, spettacolarizzati, convertiti in parchi tematici; i grandi interventi urbanistici, come la creazione di grandi piazze definite da edifici fantasmagorici, producono spesso luoghi a grande effetto, i quali sembrano fatti apposta per essere guardati, ma non visitati – insomma, spazi urbani pubblici, e tuttavia enfaticamente non civili, come sostiene il sociologo Bauman. Un ulteriore segno di questa tendenza è dato dal carattere delle manifestazioni organizzate in gran numero nelle città, i cosiddetti eventi, i cui destinatari sono, indistintamente, cittadini e turisti. Ha quindi una buona dose di plausibilità asserire che questi due tipi tendono a fondersi e a generare il tipo del cittadino-turista. Questi non si relaziona più al territorio urbano come al suo spazio civico, ossia con finalità partecipative, bensì come uno spettatore-attore in una scenografia predisposta per suscitare diletto, meraviglia e stupore, ossia per produrre quel senso di intensità relativo a un vissuto che la lingua tedesca esprime con il termine *Erlebnis*. In questo modo, il soggetto stanziale diviene turista in casa propria.

Secondo l'architetto americano Richard Ingersoll, il tipo del cittadino-turista, nella misura in cui non appartiene al luogo, ma vi partecipa essenzialmente per il consumo, costituisce il soggetto ideale per il neo-liberismo dei nostri tempi. L'ampiezza raggiunta dal fenomeno turistico, così come i tempi e l'estensione delle trasformazioni della realtà spaziale in cui esso ha luogo, inducono a iscrivere l'avvento di questo nuovo soggetto in quel processo di assoluta privatizzazione del mondo che costituisce un tratto essenziale della globalizzazione. In quanto tale, esso ha origini ben più lontane che non nei mutati orientamenti politici ed economici degli ultimi venti o trenta anni. Lasciando però da parte le questioni attinenti alla genesi delle trasformazioni in atto, e del pari la vasta letteratura che se ne è occupata, per la presente indagine è di rilievo la circostanza che il

consumo turistico della realtà abbia un carattere marcatamente privato. Disparate “critiche” del turismo hanno messo in evidenza il carattere autistico di tante pratiche turistiche, così come la circostanza che la ricerca di *Erlebnis* privati cui sono dediti i singoli che compongono il popolo dei vacanzieri difficilmente o comunque raramente produce esperienza effettiva. I tempi e le logiche riproduttive del dispositivo turistico lasciano poco spazio per l’elaborazione del flusso di apparizioni sensibili che si susseguono sulla scena della vacanza. Questa elaborazione sarebbe possibile solo ove lo spazio turistico fosse anche spazio partecipativo e di comunicazione, cioè pubblico. Di contro, quello turistico è sostanzialmente uno spazio privato, che sorge in forza delle migliaia e migliaia di aneliti di singoli individui, ma non di volontà e obiettivi volti alla produzione di senso comune. E d’altra parte la potenza del dispositivo turistico si misura anche nella sua capacità trasformare gli spazi anticamente pubblici in spazi di fruizione privata. Anche le varie proposte di prelevare una tassa per l’accesso ai centri storici di rinomate località turistiche, più che come una misura volta a evitare il sovraffollamento e a disciplinare l’afflusso di visitatori, va letta come la codificazione del cambiamento di statuto di quegli antichi luoghi.

Lo spazio turistico è uno spazio fondamentalmente virtuale, fatto di scenografie e immagini in più o meno rapida successione, dove posso anche muovermi ed essere attore, ma solo nel ruolo privato di utente-consumatore, oggi di questa, domani di un’altra località. Ove viene meno lo spazio pubblico, sostiene il filosofo Pietro Barcellona, viene meno quel luogo che può contenere la dissociazione fra io e mondo mediante una forma di comunicazione fra interno ed esterno. L’implosione dello spazio pubblico implica l’impossibilità di unificare mediante il senso comune la dimensione soggettiva e quella oggettiva, la mia rappresentazione dei luoghi e i luoghi stessi, e questo perché con essa si produce una deriva soggettivistica o autistica della mia fruizione della realtà.

Le energie spirituali che ci abitano sembrano però opporre resistenza a questa deriva, sembrano manifestare l’esigenza di comunicare, narrare e quindi oggettivare i vissuti turistici e il flusso immaginale a cui ci siamo esposti. Ciò avviene mediante la fotografia o meglio mediante la pratica sovente compulsiva dello scatto, della ripresa, la quale è volta a documentare e stabilizzare in immagini il fluire dei vissuti... perché altrimenti di essi non rimarrebbe quasi niente, solo tenui ricordi. Il più delle volte, tuttavia, ciò non riesce, perché richiede ricerca laboriosa e talento artistico, ossia quella competenza riflessiva e comunicativa che sola può trasformare una congerie di vissuti in esperienza. Le tante pratiche di turismo “altro”, responsabile, ecologico o addirittura di antiturismo, possono essere lette come altrettanti tentativi di sottrarsi alle logiche di cui si è detto, come altrettanti antidoti al vampirismo del dispositivo turistico, il quale sembrerebbe avviato tramutarci tutti in cittadini-turista. Se ciò debba necessariamente accadere, è un quesito che rientra in quel genere di interrogativi per i quali la tradizione filosofica raccomanda risposte interlocutorie (quando non le viene più comodo asserire che la domanda è mal posta).

L’*homo turisticus* di Duccio Canestrini appare come un tipo antropologico ormai ampiamente consolidato, così come la tendenza del dispositivo turistico a trasformare i soggetti dell’epoca post-industriale in cittadini-turista. Ciò nondimeno, in alcune forme di turismo (critico, responsabile, sostenibile, ecc.) sembra delinearsi un controdispositivo volto non solo ad arginare quella tendenza, ma pure a convertire la polarità “cittadino-turista” in quella opposta di “turista-cittadino” (o della cittadinanza).

Come è emerso quando si è abbozzata una spiegazione della pulsione fotografica del turista, l'anelito a iscriverne in un orizzonte di senso le pratiche cui egli è dedito sembra sussistere anche nelle forme più standardizzate di turismo. Siccome l'orizzonte di senso ha necessariamente un carattere comune, e proprio per questo esso è ciò che ci permette di narrare il reale, si può concludere che nella pratica del turismo, qualsiasi forma essa assuma, vi è un'irriducibile pulsione narrativa, che al senso comune fa riferimento e tende – che è come dire che ha di mira la verità. Un discorso attorno al binomio “turismo-verità” merita pertanto di essere avviato.

Aprile 2008