

Giuli Liebman Parrinello\*

*Turisti ed abitanti: processi identitari nel turismo culturale*

**Abstract:**

This chapter provides a brief definition of cultural tourism before outlining the panorama internationally by discussing cases from different continents. Firstly, the traditionally refined culture of Bali is examined; secondly, interesting features are found in the Sami culture, spread throughout the polar region in three Scandinavian countries and in Russia; the third example is provided by the re-ethnification of some Mayan minorities in the region of San Cristobal in Chiapas, Mexico. Lastly comes the macroscopic Australian case in which, after two centuries of expropriation and denial of human and civil rights, the Aboriginal native culture is re-evaluated. The conclusion reveals the possible danger of regressive reculturation, not only due to the tourism industry, but also to the inhabitants themselves.

**Keywords:** cultural tourism, case studies, Bali, Sami, Chiapas, Australia, reculturation

Questo capitolo offre una definizione di turismo culturale e ne traccia un panorama internazionale attraverso la discussione di esempi tratti da diversi continenti. Per prima viene esaminata la cultura Balinese, poi la cultura Sami che si estende in tre regioni polari della Scandinavia e in una parte della Russia. Il terzo esempio è dato dalla rietnificazione di alcune minoranze Maya nella regione di San Cristobal nella regione messicana del Chiapas. Infine, il caso macroscopico della cultura aborigena australiana, rivalutata solo dopo due secoli di totale espropriazione e negazione dei diritti civili e umani. Lo studio analizza i possibili pericoli legati alla riacculturazione regressiva dovuti non solo all'industria turistica ma anche all'atteggiamento delle stesse popolazioni del Paese.

**Parole chiave:** turismo culturale, casi di studio, Bali, Sami, Chiapas, Australia, riacculturazione

Il turismo non è un fenomeno esclusivamente economico: il solo turismo internazionale ha visto nel 2012 il superamento del traguardo di un miliardo di arrivi, e già la portata numerica ne suggerisce immediatamente le inevitabili implicazioni socioculturali e ambientali. Se poi a questo dato si aggiungono le cifre dei turismi domestici si ha la misura della pervasività di un fenomeno che ha conosciuto poche crisi, e sta crescendo ad un tasso più alto del commercio mondiale.

Nei due ultimi decenni, nel quadro del processo di globalizzazione il turismo internazionale si è rivelato contemporaneamente oggetto e soggetto

---

\* Già Professore Associato di Lingua e Traduzione Tedesca presso l'Università degli Studi Roma Tre, ex Dipartimento di Letterature Comparete.

propulsore, e nei vorticosi flussi di continue percorrenze le pratiche turistiche hanno messo in contatto un sempre maggior numero di persone stabilendo relazioni sempre più intense fra differenti popolazioni, gruppi e/o individui, che si vedono come 'diversi' gli uni dagli altri, per cui la questione dell'identità si è affacciata con forza negli studi turistici (BURNS, NOVELLI, 2006; DEBARBIEUX *et al.*, 2012).

Nel frattempo si era venuto modificando e allentando nelle scienze sociali un concetto rigido di identità, per cui è dato ampiamente per scontato il profilo di un'identità plurima e aperta: si pensi prima ancora che alla 'liquidità' di Bauman (2003) agli apporti dell'interazionismo simbolico e dell'etnostrutturalismo. Nel suggerimento ad andare «beyond», ossia oltre la stessa (BRUBAKER, COOPER, 2000) l'identità è stata posta in discussione, tanto da vederla meglio garantita «là dove si assimila e si separa, che non là dove si connette andando oltre i confini...» come sostenuto da Remotti in *Contro l'identità* (REMOTTI, 2001: 8).

Gli studi turistici hanno dovuto inseguire una situazione reale particolarmente complessa e possono essere considerati emblematici dell'evoluzione dei processi identitari: il requisito dell'esperienza dell'alterità che specie nel turismo internazionale viene continuamente riformulato, e il confronto fra identità e alterità, emergono molto bene già nelle formulazioni della sociologa francese Marie-Françoise Lanfant (1995).

Cercheremo di vedere qui di seguito come la questione dell'identità si debba allargare dall'accento posto sul turista in cerca del diverso (ma fondamentalmente di se stesso) ad un contesto globale dove nel *mare magnum* della omo- ed eterogeneizzazione conseguenti alla globalizzazione vanno focalizzati non solo gli impatti e i conflitti frontali, ma anche i trapassi graduali, gli spazi interstiziali, le più sottili forme di interazione simbolica.

Momento centrale e controverso, pietra miliare e d'inciampo nel contempo, si rivela il cosiddetto turismo culturale, in continua crescita, abitualmente considerato come una tranquilla tipologia di turismo sostenibile ma che, legato intrinsecamente al concetto di cultura, si riconduce necessariamente alla problematica di quest'ultimo sfuggente concetto. Da un rapporto inteso come semplicemente diadico fra turisti ed abitanti, dall'immagine che i turisti hanno degli abitanti e dall'impatto del turismo sull'identità e sulla cultura locale, si arriverà dunque all'affacciarsi e al configurarsi di quello che sarà definito processo identitario, nel quadro in movimento e in continua evoluzione di sviluppi spontanei, contaminazioni, negoziazioni plurime all'interno di una continua mobilità. Tale processo verrà delineato quindi attraverso alcuni *case studies* in vari continenti e con diversi tipi di culture, dall'Asia all'Europa al Centroamerica, soffermandosi brevemente alla fine

addirittura su un continente come l'Australia dove esso ci sembra rivelarsi in tutta la sua macroscopica e articolata evidenza.

Il turismo è stato uno dei principali agenti del processo di globalizzazione, che può essere individuato nella dominante standardizzazione, agevolata dalle tecnologie specie dell'informazione e dei trasporti che il settore utilizza in ampia misura, unita alla crescente mercificazione, entrambe modellate su uno stile 'turistico' occidentale che si imponeva con prepotenza in tutte le vecchie e nuove destinazioni del centro e della periferia dell'impero occidentale.

Negli anni Novanta si era venuto profilando un orizzonte apparentemente senza vie d'uscita sotto l'insegna emblematica della 'Coca-Cola-izzazione', della 'Disneyficazione' e di un «mondo alla McDonald» (RITZER, 1997). Certamente veniva nel contempo riconosciuto che la stessa globalizzazione comportava una certa resistenza e possibili alternative, per cui si presentavano comunque delle opportunità a chi volesse focalizzare frammentazione e decentralizzazione (GEERTZ, 1998; WIMMER, 2001), ma era proprio l'industria turistica come potentissima *agency* che si apprestava a sfruttare anche quelle possibilità. Va rilevato come nel quadro di una visione più *knowledge-based* (JAFARI, 2001) e meno viscerale del turismo – spesso considerato il grande colpevole – si erano evidenziati già in quegli anni Novanta le sequenze e i modi complessi in cui il turismo entra a far parte di un processo in atto (WOOD, 1993). All'insegna della sua pretesa *mission* l'*industry* si è ammantata sempre più del velo mistificatorio della cultura, in un processo che in linea di massima è ancora in corso, anche se esso non è più così ovvio, ha assunto percorsi nuovi e non se ne possono prevedere gli esiti. Fra l'altro per la crescente mancanza di quella sorta di materia prima che è data dall'autentico e dal genuino e per quello che potrebbe essere l'imminente aggravarsi della crisi economica mondiale, Cohen (2012) sottolinea ad esempio a livello macrosociologico la mancanza progressiva di destinazioni 'autentiche' e la crescente incidenza del turismo asiatico, sia in direzione occidentale che all'interno degli stessi paesi asiatici, in una generale progressiva attrazione di destinazioni non occidentali.

Ritornando più puntualmente al prisma del turismo culturale, ci riconduciamo allora a talune incongruenze di questo concetto e alla difficoltà di una sua definizione coerente, che secondo Richards (2003, 2010) ancora non esiste.

Di fronte al quesito sul perché del crescente rilievo del turismo culturale la prima risposta che si può dare è di carattere generale, quasi banale, nel senso di una progressiva crescita culturale globale, ossia di un processo di acculturazione a livello mondiale, di democratizzazione della cultura, e di crescente convergenza di cultura e vita quotidiana in cui si inseriscono

intrecciandovisi le pratiche turistiche. Soccorre anche il dato quantitativo ed economico, nel senso che rispetto alle cifre riguardanti il turismo in generale, l'incremento di tale tipo di turismo è più elevato (15% annuo), sino a rappresentare secondo dati UNWTO, il 37% del turismo globale; un segmento che inoltre spende di più, sicché è anche molto appetito dall'industria del turismo.

Una definizione di turismo culturale non è facile, in quanto legata ad un concetto di cultura ancora controverso ma che è stato, come noto, oggetto di centinaia di definizioni: già in *Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions*, Kroeber e Kluckhohn (1952) ne presentano ben 164. Va rilevato inoltre che, in ambito turistico, 'cultura' si intreccia e si nasconde in altre varie dizioni, peraltro anche molto diffuse, quali patrimonio culturale e *heritage*. Anche *heritage* comprende elementi tangibili e intangibili e si presenta pure come *living cultural heritage*, dove oltre che alle arti figurative, alle pratiche e ai rituali, sono comprese tradizioni ed espressioni orali, ivi inclusa la lingua (UNESCO, 2003). Certamente, oggi sembra aver prevalso l'opzione antropologica, aperta agli usi e costumi delle società complesse, ad uno spessore corporeo, *embodied*, alla polisensorialità, e quindi anche ad una tipologia di turismo come l'enogastronomia. In senso lato, la definizione di turismo culturale dell'Organizzazione Mondiale del Turismo, comprende sia turismo abitualmente orientato verso la cultura cosiddetta inanimata tradizionale, come la visita a siti e monumenti, ma che si allarga poi anche ad arte e folklore, ossia alla cosiddetta cultura animata, nonché alla natura (UNWTO, 1985). Del resto il turismo stesso in quanto facente ormai parte della quotidianità occidentale può venir considerato come stile di vita, come cultura.

In senso stretto la definizione dovrebbe concentrarsi sulle 'motivazioni culturali' del turista, ed è certamente opportuno soffermarsi ancora brevemente su questo fondamentale attore sociale. Riprendendolo da Peterson (1992), Richards adotta il concetto di *cultural omnivore* per un certo tipo di turista culturale abituato per così dire allo *zapping*, consumatore di cultura alta come anche popolare (RICHARDS, 2001); di fronte a certi luoghi comuni molto diffusi, ci si deve chiedere fra l'altro (come già Boissevian nel 1996) se questo tipo di turista pratici un vero turismo sostenibile e sia effettivamente rispettoso dell'ambiente e dell'identità degli abitanti, oppure per certi aspetti, nella sua attenzione ravvicinata ad usi e costumi della destinazione turistica, sia addirittura più invadente e interferisca nel quotidiano dei residenti in misura maggiore del turista di massa che non va oltre un contatto in fondo superficiale e confinato per così dire in luoghi delegati.

Quella di cui il turista culturale va alla ricerca è generalmente la cultura

tradizionale, vista nella sua autenticità e nel suo carattere incontaminato; specie nel caso di popolazioni lontane dalla civiltà occidentale, si usa la dizione di turismo 'etnico', anche se non è ammissibile parlare in modo aproblematico di cultura 'tradizionale', in quanto la cultura inevitabilmente si modifica e quello che risulta tradizionale può essere visto come il risultato di un continuo adattamento od invenzione, o anche di una lotta di gruppi per l'egemonia all'interno di quella società (GREENWOOD, 1989: 183). Qui ci si riconduce inevitabilmente alla più diffusa teoria del turismo degli ultimi decenni, quella dell'autenticità (*authenticity*) che è stata il criterio prevalente di ricerca teorica negli anni Ottanta e Novanta, sulle orme di MacCannell (1989). Per lo studioso californiano il turista – una sorta di moderno pellegrino che cerca appunto autenticità in tempi e spazi lontani da quelli abituali – può essere considerato una versione moderna della ricerca del sacro; tale impostazione si intreccia poi con le teorizzazioni di Erving Goffman e con la sua articolazione in *front-stage* e *back-stage*, per cui al turista si offriranno diverse alternative di messa in scena dell'attrazione turistica, con prevalenza di una *staged authenticity* (MACCANNELL, 1973).

Di fronte ad una sorta di ipostatizzazione del concetto di *authenticity* ci sono stati sociologi del turismo che, come Erik Cohen, non hanno affatto condiviso queste posizioni e più realisticamente hanno sottolineato forme di turismo più commercializzato, e svariate tipologie di turisti semplicemente alla ricerca del riposo e dello svago (COHEN, 1988), anche prendendo spunto dalla propria teoria della fenomenologia dell'esperienza turistica (COHEN, 1979).

L'identità degli abitanti presentata sulla scena dell'interazione rispondendo alla domanda di autenticità dei turisti sarà un momento centrale che emergerà nel quadro dei preannunciati 'casi' di turismo globale.

Particolarmente indicativo è il caso di Bali, dove una peculiare e raffinata cultura di matrice induista la caratterizza rispetto al circostante ambiente indonesiano. L'interesse occidentale si è appuntato sin dall'Ottocento, anche con finalità scientifiche, sulla cultura di quest'isola, particolarmente significativa in quanto nelle sue danze, musica ed esecuzioni rituali coinvolge profondamente l'identità della popolazione locale; anche la cosiddetta cultura inanimata vede una produzione artigianale di alto livello, se solo si pensi alle raffinate trame del batik. La storia dei viaggi e del turismo è indicativa: originariamente paradiso per artisti di ogni genere, ne è seguito poi l'interesse degli antropologi, ed è stata prediletta quindi per anni da un turismo individuale all'insegna di un nostalgico orientalismo; ma soprattutto Bali è stata, all'inizio degli anni Settanta, oggetto globale di una grande operazione sul mercato internazionale dell'*industry*, e da ultimo anche scenario di sanguinosi attentati all'inizio del nuovo millennio.

La cultura di Bali, secolare e composita, doveva necessariamente presentare degli sviluppi complessi e probabilmente emblematici nell'incontro col turismo globale.

Di fronte all'ipotesi usuale della tesi per cui il turismo apporta benefici economici in una società in cambio dello sfruttamento della sua cultura, Picard (1995-1996), forse il più attento studioso dell'isola, spiega il processo di turisticizzazione di Bali interpretandolo quasi provocatoriamente non come un impatto ma come qualcosa che è proceduto dal di dentro della società stessa, da una ricomposizione non solo dei luoghi fisici ma della tradizione culturale e dei suoi simboli, rimaneggiati e riposizionati sino a foggare un prodotto turistico. Lungi dal vedere il turismo come un'irruzione dall'esterno, Picard presenta il caso Bali come facente parte di un processo di invenzione culturale, ma anche di negoziazione, per cui pur evitando un'interpretazione in chiave più banale di commercializzazione della cultura, Picard è costretto ad ammetterla parzialmente attraverso un percorso singolare.

Se la cultura è tradizionalmente un carattere distintivo dell'immagine di Bali, questa etichetta si è appiccicata alla pelle, per così dire dietro le spalle dei suoi abitanti; il vero e proprio lancio del turismo di massa internazionale a Bali avvenne ad opera del governo centrale indonesiano, ma fu supportato, come molte operazioni turistiche di quegli anni, dalla Banca Mondiale. La dottrina balinese del turismo culturale fu elaborata sulla base di sondaggi e del coinvolgimento anche su base scientifica della popolazione locale, in una discussione che si potrebbe quasi definire democratica sul turismo e i suoi esiti su società e sviluppo.

L'elemento economico secondo Picard è intervenuto necessariamente, ma non nei termini di un'analisi costi-benefici: gli abitanti si sono resi conto come il turismo potesse inquinare la loro cultura e hanno avvertito la minaccia che ne poteva venire al cuore dell'identità locale, per cui mantenendo l'esigenza economica di migliorare lo standard di vita senza perdere i valori culturali, hanno individuato proprio nel turismo culturale una forma di compensazione fra valori culturali ed economici (PICARD, 1995: 53). Pur facendo emergere quindi quasi a tavolino la soluzione del turismo culturale, che consiste nel promuovere la cultura locale e il turismo nel contempo, in modo da assicurare uno sviluppo che proceda in parallelo sui due versanti, in effetti lo sfruttamento sembra aver prevalso sulla difesa della cultura locale, che si è venuta trasformando da *heritage* in *capital*, e in ultima analisi i valori economici hanno avuto la meglio su quelli culturali. In effetti, attraverso questa contrapposizione i balinesi sono diventati più consapevoli della loro cultura, che peraltro si è quasi staccata da loro, diventando il marchio di Bali, e di cui viene riconosciuta

l'alta qualità artistica, privandola con ciò proprio di un pieno riconoscimento antropologico. A completamento di queste brevi notizie, va ricordato l'argomento persuasivo di alcuni interpreti ripresi da Picard (1995: 56-59) per cui la cultura balinese si sarebbe preservata perché avrebbe trovato una soluzione distinguendo fra sacro e profano sulla base di un codice funzionale dei rituali, inscenando una diversità di esecuzione a seconda degli spettatori.

Ben diverso è il quadro della cultura Sami, strettamente legata al territorio dell'estremo nord, dell'Europa, formata da una sola nazione culturale dispersa nei lembi settentrionali dei tre Stati scandinavi più la penisola di Cola appartenente alla Russia. Si tratta di circa 80.000 persone, la metà delle quali vive in Norvegia, dove il riconoscimento di queste minoranze è maggiore, per ridursi più o meno gradualmente passando in Svezia e Finlandia. La lingua appartiene al gruppo ugro-finnico, ma non è unitaria, per cui si contano nove diverse, ma affini, lingue Sami e un certo numero di dialetti.

Il parlamento Sami ha voce per quanto riguarda la cultura, l'educazione, il fondamentale allevamento delle renne, e negli ultimi anni si è assistito alla rivitalizzazione della lingua e al riconoscimento culturale della loro originaria religione sciamanica. In particolare, è stata riscoperta la musica tradizionale (*Joik*), una delle espressioni di canto più antiche d'Europa, come pure le loro attività artigianali funzionali al clima.

Fattori economici e giuridici sembrano essere fondanti della connessione e costruzione identitaria, in quanto i diritti sul suolo e sul suo sfruttamento rappresentano una pedina fondamentale della gestione del turismo etnico. La possibilità di sussistenza è data, come per molte piccole popolazioni, dall'uso del suolo legato all'attività primaria dell'allevamento del bestiame: nel caso dei Sami le renne, per cui i Sami norvegesi sono maggiormente tutelati di quelli svedesi e finlandesi. Molti abitanti hanno comunque abbandonato attività tradizionali come allevamento, pesca, caccia e apicoltura, per cui esistono forme di interscambio dinamico con settori economici più avanzati ed anche con la realtà urbana, dove hanno trovato lavoro nel settore dei servizi.

Nei vari Paesi scandinavi la situazione è peraltro frammentata e con diverse condizioni di incontro socioculturale e di radicamento dell'*industry*.

In Svezia ci si interroga sulle conseguenze di una possibile turisticizzazione, che d'altronde è anche auspicata dalla stessa minoranza Sami come opportunità: secondo Pettersen (2004) e Lindner (2007) ci si può ricondurre ad una prospettiva globale di turismo etnico, da ricollegare a quello degli indiani d'America e degli aborigeni australiani

In Finlandia i Sami sembrano avere uno status inferiore anche in quanto confusi con altre minoranze, e inclusi in un'operazione culturale banalizzata,

all'insegna di Santa Klaus con le letterine, le corse delle renne, l'artigianato di maniera.

Nella promozione web della Norvegia settentrionale – considerata una destinazione turistica a sé – i Sami vengono designati come «the indigenous people of the North», e le immagini dei loro tipi fisici nei costumi locali avvicinate al loro artigianato (NORTHERN NORWAY, 2014). Le contraddizioni qui appena avvertite, sono più evidenti nelle brochure promozionali del turismo norvegese, dove i Sami sono rappresentati all'insegna del 'buon selvaggio' attraverso gli aggettivi 'aborigeno', 'etnico', 'indigeno' e 'tradizionale', omettendo la loro componente identitaria di norvegesi moderni (OLSEN, 2006). L'analisi prevalentemente sociolinguistica di Graham e Johanson (2009) ne deduce come l'industria turistica si basi sulla retorica della differenza, la diversità di minoranze inferiori e un simbolismo dell'identità Sami che comprende *clichés* come le renne e le tende tipiche di una popolazione nomade. Si può quindi capire come questa fissazione identitaria possa condurre a reazioni parallele di irritazione e di contro-identificazione (VIKEN, 2006).

Altro è ancora il caso delle piccole popolazioni indigene del Chiapas (Messico) scoperte da un turismo culturale, in particolare un turismo etnico, complessivamente abbastanza discreto. Il turista quando vede il lavoro di produzione di tessuti etnici o entra in una capanna locale dove viene invitato a mangiare dopo aver assistito alla preparazione delle *tortillas* crede semplicemente di trovarsi di fronte alla sopravvivenza di un'identità preesistente, ma quella che è stata definita la ri-etnicizzazione dei Maya di San Cristobal è in effetti un processo molto più complicato, studiato da esperti di storia Maya ed antropologi (WIMMER, 2001). Secondo van Rekom e Go (2006) molto dipende da come la comunità locale riesce ad affermare se stessa in termini di valori: il turismo non ha sempre un impatto negativo, ma può rappresentare anche l'occasione per migliorare lo *status* di un gruppo, e il turismo etnico valorizza di regola lo status dei gruppi inferiori aprendo la strada al loro miglioramento.

Offrendo un quadro della globalità ma anche dell'eterogeneità del cambiamento culturale, il caso messicano di Zinacantàn è espressamente citato da Wimmer in un'ottica molto ampia in contrapposizione a quello di una piccola comunità curda parimenti studiata dall'autore (WIMMER, 2001: 451). Nel Chiapas, dopo alterne vicende, la caduta dell'ideologia della fratellanza e la crisi della rappresentazione religiosa che le tenne dietro, i villaggi non adottarono un pan-nazionalismo indio, come ci si potrebbe aspettare nella prospettiva dell'isomorfizzazione, ma per contrapporsi al mondo globalizzato utilizzarono un nuovo sistema di feste religiose e una



nuova forma di governo locale, sottolineando la distanza da altre piccole comunità locali oltre che verso il mondo ostile *mestizo*. Proprio la popolazione india è stata recentemente oggetto di interesse del turismo etnico internazionale; i piccoli gruppi etnici isolati del Messico meridionale guardati dall'alto al basso dai *mestizos* ispanofoni venivano riscoperti dal turismo occidentale come Maya viventi, all'insegna del buon selvaggio. Anche se si riscontra minore capacità imprenditoriale che a Bali, dove il processo di turisticizzazione è stato più sistematico, comunque il gruppo dominante, coincidente con l'apparato di governo centrale e locale, si è dovuto rendere conto dell'importanza della popolazione indigena ai fini dello sviluppo del turismo e del suo apporto economico. Una considerazione non marginale riguarda i prodotti artigianali, molto importanti come *markers* dell'identità locale, tanto per i turisti che per gli abitanti; qui nel gioco di autentico e inautentico messo in scena, quest'ultimo può diventare un vero autentico.

Il piccolo villaggio di San Juan de Pamuchal non lontano da San Cristobal, sempre nel Chiapas, è particolarmente indicativo di questo turismo etnico si direbbe quasi allo stato puro.

Giustamente gli abitanti non vogliono essere fotografati, e la guida occidentale di formazione antropologica che generalmente accompagna i turisti in piccoli gruppi adempie con una certa solennità alla sua missione di mediazione culturale. Gli indios possono venir osservati mentre in gruppi famigliari con le offerte rituali e gli animali (specie galline) che veicoleranno il processo di preghiera e di liberazione dalle malattie, portando con sé cibo e bevande si avviano verso la chiesetta dove trascorreranno la giornata sul pavimento cosparso di rami di pino. Paradossalmente una loro bevanda preferita è la Coca-Cola, il che ci riporterebbe semplicemente al processo di globalizzazione all'insegna – come s'è visto – della 'coca-cola-izzazione'; se non conducesse a riflettere in che chiave la cultura india contemporanea l'abbia recepita, e che funzione abbia in questa ritualità rivisitata, che è probabilmente la stessa del *balché*, tradizionale bevanda fermentata e salutare della tradizione Maya.

Infine il macroscopico caso Australia ci riporta dall'identità negata in modo assoluto sino alla riconciliazione quasi completa, proclamata anche se non portata a pieno compimento, e comunque ad un contatto irreversibile fra cultura occidentale e cultura aborigena, che si intreccia strettamente con la funzione complessa e articolata che ha avuto il turismo, in particolare quello culturale ed etnico.

Da notare che la vicenda storica degli aborigeni australiani presenta solo un'apparente somiglianza con quella dei nativi americani, anche se la

situazione di partenza e alcune stazioni intermedie del processo possono sembrare analoghe. Dopo la scoperta del continente australiano ad opera di James Cook, fondamentale e fondante è considerato il momento storico quando nel 1788 una flotta di convitti inglesi composta di undici navi sbarcava a Botany Bay, a pochi chilometri dall'odierna Sydney, prendendo possesso della costa orientale in nome della Corona Britannica e dandole il nome di Nuovo Galles del Sud; lo sbarco di Europei della peggiore risma e l'occupazione ufficiale di un continente avvengono di pari passo. La linea interpretativa dei diritti fondamentali è molto appropriata in questo caso: dichiarando *terra nullius* un intero continente con una cultura come quella degli aborigeni, si violavano non solo i diritti di numerose tribù, ma si negava ogni diritto a una civiltà fra le più antiche del mondo, condannandola alla scomparsa. Senza alcun alimento una cultura legata con mille fili al territorio e all'ambiente naturale era destinata all'estinzione o ad un'economia di sussistenza in piccoli gruppi sempre più marginalizzati e/o sospinti in località con condizioni estreme di sopravvivenza. Ebbene, le radici di ogni diritto furono negate per circa due secoli: si dovrà arrivare infatti al 1967 perché gli indigeni australiani ricevessero il diritto di cittadinanza e attraverso di questo faticosamente altri diritti elementari, sicché malgrado la progressiva emancipazione e l'acquisizione di uno status di minoranze, si deve constatare il mancato riconoscimento di una vera e propria identità etnica di tutto rispetto fino ai primi anni Novanta del Novecento. Lo sfondo inquietante era dato fra l'altro da un graduale processo di rivelazioni, di scoperte di realtà oppressive e distruttive, addirittura nei termini della pulizia etnica: come hanno mostrato drammaticamente e anche suggestivamente letteratura e cinema, non solo la concentrazione degli aborigeni in campi simili a lager, ma anche l'assimilazione forzata degli aborigeni di pelle più chiara erano in atto e consentite ancora sino agli anni Settanta. Uno spaccato della storia e della cultura degli aborigeni è al centro di *My Place* di Sally Morgan (1987), autobiografia di una donna aborigena alla ricerca delle sue origini, mentre il romanzo di grande successo *Mutant Message Down Under* (1990) della scrittrice americana Marlo Morgan che racconta un *walkabout* nei territori dell'Australia centrale insieme ad una tribù aborigena, è stato contestato come offensivo dagli stessi aborigeni. Nella produzione cinematografica, va ricordato il film *Rabbit-Proof Fence* (2002) dove la resistenza coraggiosa di tre bambine aborigene si afferma di fronte alla crudele politica di assimilazione forzata del governo australiano.

Il primo passo è dunque la rivalutazione dall'alto della cultura indigena in chiave di un folklore che in effetti ancora non la riconosce come paritaria, ma solo quale componente etnica minoritaria dell'identità australiana, come in

occasione del bicentenario ufficiale del Paese nel 1988, in occasione del quale si diffondono anche numerose contestazioni e manifestazioni di protesta.

Ma il processo più rilevante che si avvia muove dal basso delle radici culturali dei nativi stessi che non si chiudono in un'identità fissa, tramandata; nel 1989 ad Adelaide apre *Tandanya*, il primo centro culturale aborigeno destinato a far conoscere le arti visive e figurative fondendo in modo nuovo tradizione e modernità, e che verrà seguito da una diffusione capillare sul territorio australiano. Determinanti sono sotto il profilo comunicativo i nuovi media che oltre a creare un miglioramento della qualità della vita alle popolazioni più remote – anche per la maggiore attenzione del governo centrale – hanno consentito l'emancipazione e il riaffacciarsi degli aborigeni sull'arena della storia; tramite il *social network* passa spesso anche una commercializzazione abbastanza discreta della loro produzione artistica e artigianale, con prodotti che potrebbero essere definiti semiautentici.

Gli anni Novanta vedono dunque l'avvio di un processo di riconciliazione fra australiani bianchi e aborigeni e, semplificando al massimo, si può affermare che le grandi suggestioni offerte dalla cultura aborigena sono state di estrema rilevanza, quasi la cultura eurocentrica si aborigenizzasse, si indigenizzasse attraverso una sottile articolata evoluzione. Secondo Hollinshead, uno dei più appassionati studiosi dell'identità australiana, di fronte alla ormai palese centralità della cultura aborigena, sia pure subordinata talora agli eventi proposti o addirittura imposti dall'industria culturale, la popolazione non indigena si vede nascere quasi per la seconda volta, con una cultura e un'identità plurima che si influenzano e arricchiscono mutuamente anche in modo inaspettato nei rapporti con l'antichissima popolazione aborigena (HOLLINSHEAD, 1988-1990-2009-2014). La riflessione antropologica e psicanalitica ha rivalutato e sviluppato la concezione aborigena del mondo, e le suggestioni del Sogno si intrecciano talora con le evocazioni di un New Age occidentale. Un'interpretazione che in chiave di *re-enchantment* in termini junghiani evidenzia i possibili legami della cultura aborigena mitica con una nuova prospettiva eco-psicologica, contribuisce al particolare successo che ha avuto l'opera di David Tacey *Edge of the Sacred* (1995), mentre nella prospettiva antropologica di Robert Lawlor (1991) già il titolo è significativo: *Voices of the First Day: Awakening in the Aboriginal Dreamtime*.

L'incidenza del turismo è fondamentale, sia a livello di prassi che di riflessione teorica: l'Australia è diventata negli ultimi decenni un Paese di punta del turismo internazionale, oltre che ovviamente di un fiorente turismo domestico, e chiunque inevitabilmente lo pratichi, da turista, da occupato nel settore, da abitante, da potenziale impiegato nello sviluppo di una nuova destinazione,

deve famigliarizzarsi con la nuova cultura australiana.

La riflessione sul fenomeno turistico è entrata negli studi universitari di ottimo livello, diffusi in molte università del Paese; anche molti studi turistici di caso, pur tenendo conto dei condizionamenti dell'*industry*, sottolineano l'esigenza di benefici per le comunità locali in genere e la loro qualità della vita, dove le parole chiave sono spesso *community*, *residents*, *empowerment* (MACBETH *et al.*; 2004, BEETON, 2006; MOSCARDO, 2008-2012); fino a puntare espressamente su valori più elevati ai fini della riconciliazione (DESBIOLLES-HIGGINS, 2006b).

All'interno delle diverse tipologie narrative del turismo, le guide turistiche abbandonano il tradizionale *sightseeing* per allargarsi ad un più articolato contesto culturale, focalizzando ad esempio la cultura aborigena in una città come Sydney ad opera della guida di Hinkson (2001) e di una ormai rilevante quantità di guide; significativa è anche la politica culturale avviata da *Lonely Planet* attraverso la guida *Aboriginal Australia*, pure del 2001. Inoltre i *travelogues*, importante genere turistico tradizionalmente molto seguito e in parte soppiantato dai blog a partire dagli anni Novanta contribuiscono alla conoscenza della cultura aborigena, non solo nei termini di folklore, ma anche di un'alterità remota, di una diversa spiritualità (ZEPPEL, 1999).

Se il consolidamento delle comunità aborigene avviene attraverso i media, questi agevolano e determinano non solo la commercializzazione dei loro prodotti artistici e/o artigianali, ma anche il controllo e la gestione del movimento turistico. La riappropriazione dei luoghi è avvenuta inoltre spesso anche attraverso un processo linguistico, che dal recupero dei toponimi si estendeva alla propagazione di concetti culturali aborigeni eventualmente tradotti in inglese, come *outback*, ormai entrato nel *marketing* e utilizzato come motivazione *pull*.

Ma soprattutto, protagonisti ridiventano gli aborigeni che si riappropriano delle proprie località sacrali – in primo luogo il massiccio roccioso di Uluru, già Ayers Rock, il più famoso monumento naturale e culturale divenuto l'icona del Paese – e si fanno interpreti e mediatori (percepiti ovviamente come autentici) della propria cultura, soppiantando in ampia misura la mediazione bianca.

Camp Coorong, nel sud dell'Australia, rappresenta l'esempio di una trasmissione pedagogica esemplare caratterizzata dalla *good practice* come pure da contenuti culturali anche teorici (HEMMING, 1992; HIGGINS-DESBIOLLES, 2006a). L'identità viene in certo qual modo sperimentata e studiata in tutti i suoi compositi aspetti, dall'apprendimento delle forme di sopravvivenza nei territori inospitali, all'uso delle piante alimentari e medicinali fino alla trasmissione della cultura immateriale aborigena caratterizzata come detto da una forte spiritualità.

Cultura e turismo trascendono la dimensione economica: come ipotizza Hollinshead (2009) gli aborigeni si sono dedicati al turismo non per i diretti immediati benefici economici, ma perché la loro partecipazione nell'industria poteva essere impiegata a spiegare aspetti della loro cultura ad altra gente; quindi l'uso strumentale della loro identità culturale per riappropriarsi della propria terra e dei territori di cui sono stati privati negli ultimi duecento anni.

### *Conclusioni*

Il turismo culturale e la complessità dei processi identitari sono emersi configurando una costellazione con innegabili differenze legate al grado della complessità sociale e culturale di ogni caso presentato, dal Sudest asiatico di Bali, all'estremo nord europeo dei Sami, ad una regione impervia del Messico, sino all'intero continente australiano. Certamente il turismo globale non è intervenuto solo su un rapporto diadico turista-abitante, ma su uno scenario talora anche imprevedibile con numerosi attori sociali e un'accelerazione dei flussi di movimento, per cui sin dall'inizio la prospettiva di 'processo identitario' ha dimostrato la sua validità.

Eppure si ha l'impressione nel caso del turismo culturale e in specie di quello etnico, di uno scenario dove la direzione venga continuamente ricondotta contro la freccia del tempo (SPODE, 2013). L'industria del turismo, venditrice talora spregiudicata di cultura nel senso di un prodotto solo apparentemente unico e non seriale è probabilmente la principale responsabile, ma responsabili sia pure in chiave diversa si rivelano anche gli altri *stakeholders*, turisti ed abitanti. Il rapporto con la modernità viene spesso ancora rousseauianamente rifiutato proprio dal turismo culturale – etnico in particolare – in conformità ad un'identità unitaria, all'insegna dell'originale, del primitivo, del buon selvaggio, anche se ci si deve accontentare di una *staged authenticity*; si verifica quindi un breve processo sì, ma di riculturizzazione regressiva, cui contribuiscono anche gli abitanti (WÖHLER, 2011: 222), sia perché senza potere di negoziazione contrattuale specie se ancora privati di alcuni diritti fondamentali, sia anche perché generalmente poco attenti o indifferenti a quanto esula da un'analisi costi-benefici in termini esclusivamente economici, ossia alla loro stessa qualità della vita e ai fondamenti del loro stesso equilibrio identitario.

Ma – ribadiamo – il turismo culturale potrebbe e dovrebbe non ridursi al solo aspetto della transazione economica legata ad un prodotto necessariamente fissato nel tempo anche in chiave di identità, ma accompagnarlo in tutta la sua ricchezza in termini di processi: persino l'etnicità non è

data definitivamente, ma si sviluppa e va ripensata, quasi re-inventata continuamente. Partendo dal grande laboratorio australiano Desbiolles-Higgins (2006) si interroga sulla possibilità che il turismo contribuisca allo sviluppo socio-culturale di una nazione, addirittura promuovendo la giustizia sociale e la riconciliazione in una società divisa; probabilmente, anche se è inevitabile che i processi avvengano tramite un certo compromesso e una certa negoziazione di cultura e identità (RICHTER, 2006), un obiettivo pragmatico ma anche teorico in termini qualitativi e valoriali, quale ad esempio il primato della qualità della vita degli abitanti. Può e deve essere mantenuto.

### *Ringraziamenti*

Desidero ringraziare Graham Dann per la sua costante attenzione e Keith Hollinshead per la sua generosa disponibilità.

### RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- BAUMAN Z., *Intervista sull'identità*, Editori Laterza, Roma-Bari 2003.
- BEETON S., *Community Development Through Tourism*, Landlinks Press, Collingwood (AU) 2006.
- BOISSEVAIN J., *Coping with Tourists: European Reactions to Mass Tourism*, a cura di J. BOISSEVAIN, Berghahn Books, New York 1996.
- BRUBAKER R., COOPER F., *Beyond "Identity"*, in «Theory and Society», vol. 29, 2000, pp. 1-47.
- BURNS P.M., *Social Identities and the Cultural Politics of Tourism*, in «Tourism and Social Identities. Global Frameworks and Local Realities», a cura di P.M. BURNS, M. NOVELLI, Elsevier, Amsterdam 2006, pp. 13-24.
- BURNS P.M., NOVELLI M. (a cura di), *Tourism and Social Identities. Global Frameworks and Local Realities*, Elsevier, Amsterdam 2006.
- COHEN E., *A Phenomenology of Tourist Experiences*, in «Sociology», vol. 13, 1979, pp. 179-201.
- COHEN E., *Authenticity and Commoditization in Tourism*, in «Annals of Tourism Research», vol. 15, 1988, pp. 371-386.
- COHEN E., *Globalization, Global Crisis and Tourism*, in «Tourism Recreation Research», vol. 37, n. 2, 2012, pp. 103-111.
- DANN G., JOHANSON L.B., *Lost In Translation: The Changing Verbal Imagery of Norwegian "Lapland"*, in «Estudios y Perspectivas en Turismo», vol. 18, n. 4, 2009, pp. 449-474.

- DEBARBIEUX B., STASZAK J.F., TEBBA O., *Tourism and Identity. Editorial*, in «Via@ International Interdisciplinary Review of Tourism», vol. 2, 2012.
- FINNMARK R., *Finnmark Sapmi 2007-2008*, Finnmark Reiseliv AS, Alta 2007.
- GEERTZ C., *The World in Pieces. Culture and Politics at the End of the Century*, in «Focaal: Tijdschrift voor Antropologie», vol. 32, 1998, pp. 91-117.
- GREENWOOD D., *Culture by the Pound. An Anthropological Perspective on Tourism as Cultural Commoditization*, in «Hosts and Guests: An Anthropology of Tourism», a cura di V. SMITH, University of Pennsylvania Press, Philadelphia 1989<sup>2</sup>, pp.171-186.
- HEMMING S.J., *Camp Coorong: an Aboriginal "Cultural Centre"*, in «Journal of the Anthropological Society of South Australia», vol. 30, n. 2, 1992, pp.149-155.
- HIGGINS-DESBIOLLES F., *More than an Industry; the Forgotten Power of Tourism*, in «Tourism Management», vol. 27, 2006a, pp. 1192-1208.
- HIGGINS-DESBIOLLES F., *Reconciliation Tourism: On Crossing Bridges and Funding Ferries*, in «Tourism and Social Identities. Global Frameworks and Local Realities», a cura di P. M. BURNS, M. NOVELLI, Elsevier, Amsterdam 2006b, pp. 140-154.
- HOLLINSHEAD K., *First Blush of the Longtime: The Market Development of Australia's Living Aboriginal Heritage*, in «Proceedings of the 19th Annual Conference of the TTRA», University of Utah, Salt Lake City 1988, pp. 183-198.
- HOLLINSHEAD K., *The Powers behind Play: The Political Environment for Recreation and Tourism in Australia*, in «Journal of Park and Recreation Administration», vol. 8, n. 1, 1990, pp. 35-50.
- HOLLINSHEAD K., *Tradition and the Declarative Reach of Tourism: Recognizing Transitionalit - the articulation of Dynamic Aboriginal Being*, in «Tourism Analysis», vol. 14, n. 4, 2009, pp. 537-555.
- JAFARI J., *The Scientification of Tourism*, in «Hosts and Guests Revisited: Tourism Issues of the 21st Century», a cura di V.L. SMITH, M. BRENT, Cognizant Communication, New York 2001, pp. 28-41.
- KROEBER A.L., KLUCKHOHN C., *Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions*, Papers of the Peabody Museum of American Archeology and Ethnology Papers, vol. 47, Harvard University, Harvard 1952.
- LANFANT M.F., *Introduction*, in «International Tourism. Identity and Change», a cura di M.-F.Lanfant, J. B. Allcock, E. M. Bruner, Sage, London 1995, pp.1-23.
- LAWLOR R., *Voices of the First Day: Awakening in the Aboriginal Dreamtime*, Inner Traditions International Ltd., Rochester Vermont 1991.
- LINDNER M.H., *Indigenous Tourism in North America and Sápmi*, comunicazione tenuta al 29° American Indian Workshop, Tromsø (Norvegia) 2007.

- LONELY PLANET, *Aboriginal Australia & the Torres Strait Islands*, con i contributi di S. SINGH, D. ANDREWS, Lonely Planet Publications, Footscray AU 2001.
- MACBETH J., CARSON D., NORTHCOTE J., *Social Capital, Tourism and Regional Development: SPCC as a Basis for Innovation and Sustainability*, in «Current Issues in Tourism», vol. 7, n. 6, 2004, pp. 502-523.
- MACCANNELL D., *Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings*, in «American Journal of Sociology», vol. 79, n. 3, 1973, pp. 589-603.
- MACCANNELL D., *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*, Shoken Books, New York 1989 [1976<sup>1</sup>].
- MATHIESON A., WALL G., *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*, Longman, London 1982.
- MORGAN S., *My Place*, Freemantle Press, Freemantle 1987.
- MORGAN M., *Mutant Message Down Under*, Harper Collins Publishers, New York 1990.
- MOSCARDO G., *Community Capacity Building. An Emerging Challenge for Tourism Development*, in «Building Community Capacity for Tourism Development», a cura di G. MOSCARDO, CABI, Wallingford 2008, pp. 1-15.
- MOSCARDO G., *Building Social Capital to Enhance the Quality-of-Life of Residents*, in «Handbook of Tourism and Quality-of-Life Research. Enhancing the Lives of Tourists and Residents of Host Communities», a cura di M. Uysal, M.R. Perdue, M.J. Sirgy, Springer, Dordrecht-Heidelberg-London-New York 2012, pp. 403-420.
- NORTHERN NORWAY, *The Official Website* <[www.nordnorge.com/en](http://www.nordnorge.com/en)> (ultimo accesso: 10.05.2015).
- OLSEN K., *Making Differences in a Changing World. The Norwegian Sami in the Tourist Industry*, in «Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism», vol. 6, n. 1, 2006, pp. 37-53.
- PETERSON R., *Understanding Audience Segmentation: from Elite and Mass to Omnivore and Univore*, in «Poetics», vol. 61, 1992, pp. 900-909.
- PETTERSSON R., *Sami Tourism in Northern Sweden. Supply, Demand and Interaction*, Tesi di dottorato presentata all'Università di Umea il 4 marzo 2004.
- PICARD M., *Cultural Heritage and Tourist Capital: Cultural Tourism in Bali*, in «International Tourism. Identity and Change», a cura di M.-F.LANFANT, J.B. ALLCOCK, E.M. BRUNER, Sage, London 1995, pp. 44-66.
- PICARD M., *Bali. Cultural Tourism and Touristic Culture*, Archipelago Press, Singapore 1996.
- REMOTTI R., *Contro l'identità*, Editori Laterza, Roma-Bari 2001.
- RICHARDS G., *The Development of Cultural Tourism in Europe*, in «Cultural Attractions and European Tourism», a cura di G. RICHARDS, CABI, Cambridge MA 2001, pp. 15-30.



- RICHARDS G., *What is Cultural Tourism*, in «Erfgoed voor Tourisme», a cura di A. VAN MAREEN, Nationaal Contact Monumente, Amsterdam 2003.
- RICHARDS G., *Un nuovo turismo culturale per una nuova Europa*, in «Newsletter Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo», Ufficio Studi, 2010, pp. 3-6.
- RICHTER L.K., *The Politics of Negotiating Culture in Tourism Development*, in «Tourism and Social Identities. Global Frameworks and Local Realities», a cura di P.M. BURNS, M. NOVELLI, Elsevier, Amsterdam 2006, pp. 27-38.
- RITZER G., *Il mondo alla McDonald's*, trad. it. di N. Rainò, Il Mulino, Bologna 1997.
- SPODE H., *Homogenisierung und Differenzierung. Zur Ambivalenz touristischer Chronotopie-Konstruktion*, in «Kultur als inklusive Identität, Tradition und Kulturerbe im Zeitalter des Massentourismus», a cura di B. SCHNEPEL, F. GIRKE, E.M. KNOLL, Bielefeld: transcript Verlag, 2013, pp. 93-114.
- TACEY D., *Edge of the Sacred: Transformation in Australia*, Harper Collins Publishers, Sidney 1995.
- UNESCO, *Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*, UNESCO, Paris 2003.
- UNWTO, *The State's Role in Protecting and Promoting Culture as a Factor of Tourism Development*, WTO, Madrid 1985.
- URRY J., *The Tourist Gaze. Leisure and Travel in Contemporary Societies*, Sage, London 1990.
- URRY J., *Mobilities*, Polity, Cambridge 2007.
- VAN REKOM J., GO F., *Cultural Identities in a Globalizing World: Conditions for Sustainability of Intercultural Tourism*, in «Tourism and Social Identities: Global Frameworks and Local Realities», a cura di P.M. BURNS, M. NOVELLI, Elsevier, Amsterdam 2006, pp.79-91.
- VIKEN A., *Tourism and Sámi Identity: An Analysis of the Tourism-identity Nexus in a Sámi Community*, in «Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism», vol. 6, n.1, 2006, pp. 7-24.
- WIMMER A., *Globalizations Avant la Lettre. A Comparative View of Isomorphization and Heteromorphization in an Inter-Connecting World*, in «Society for Comparative Study of Society and History», 2001, pp. 435-466.
- WÖHLER K., *Touristifizierung von Räumen*, VS Verlag, Wiesbaden 2011.
- WOOD R., *Tourism, Culture and the Sociology of Developmen*, in «Tourism in South East Asia», a cura di M. HITCHCOCK *et al.*, Routledge, London 1993, pp. 48-70.
- ZEPEL H., *Touring Aboriginal Cultures: Encounters With Aboriginal People in Australian Travelogues*, in «Tourism Culture and Communication», vol. 2, n. 2, 1999, pp. 123-139.

