

*(Documento verso il 2017 su richiesta del gruppo di sociologi universitari riuniti a Bologna , su iniziativa di Paolo Corvo, per lanciare un gruppo di ricerca “sociologia del turismo” nell’ambito della SPE.. Non sono note le vicende successive dell’iniziativa).*

## **Bozza di “manifesto della Spetur”**

R. Strassoldo, 4 giugno

### **Nota preliminare:**

*Quanto segue nasce dalle esperienze accademiche dello scrivente, che per diversi anni ha studiato e insegnato la “Sociologia del Turismo” nel quadro del “Corso di Scienze e Tecniche del Turismo Culturale”, nella Facoltà di Lettere e Filosofia, Univ. Di Udine. In tale quadro, egli ha ritenuto di dover imprimere al suo corso un orientamento più culturale e “culturalizzante” che tecnico e “professionalizzante” : mentre il secondo era affidato (in linea di principio) ad altri insegnamenti del Corso (es. economia aziendale), per la preparazione di futuri operatori dell’industria turistica, il suo Corso di Sociologia del Turismo aveva lo scopo precipuo di educare “turisti consapevoli e responsabili”, consci delle origini storiche, forme, tipi, funzioni, scopi, conseguenze, valori e significati del turismo. Questo orientamento caratterizza il manuale Andare e vedere. Introduzione alla sociologia del turismo (2011), organizzato e in gran parte scritto da R. Strassoldo; in cui confluiscono anche altri aspetti della propria formazione di sociologo: l’ecologia umana, l’approccio sistemico, ecc. In quel testo l’A., conscio della funzione educativa della sociologia come analisi razionale e critica della realtà sociale, ha cercato di insegnare agli studenti non solo il turismo, ma anche i rudimenti della sociologia, disciplina che altrimenti non compariva nel piano di studi di quel Corso. Ovviamente, in altri contesti didattici (es. di Scienze Sociali, di Economia, di Scienze politiche, ecc.) la Sociologia del Turismo potrebbe assumere contenuti molto diversi. L’A. è conscio che la propria impostazione è peculiare, come anche la sua lunga esperienza di viaggiatore e turista; ed è del tutto aperta ad altre.*

1. La Sociologia del turismo è una disciplina recente, emersa nell’ultimo cinquantennio, mentre il turismo è un fenomeno antico e importante, risalente a diversi tipi di mobilità (es. pellegrinaggio, cure sanitarie, studi superiori, esplorazione, ecc.) e altre forme di uso del tempo libero (riposo, divertimento, ecc.). La lunga disattenzione è da imputarsi a due aspetti: a) fino agli anni ’60, e con qualche eccezione, il turismo era un lusso riservato a minoranze privilegiate (aristocrazia e borghesia), mentre tipicamente la sociologia si occupa di “problemi sociali”, che coinvolgono tutta o gran parte della società; b) il turismo e analoghe forme di comportamento sono considerate generalmente come positivi, desiderabili, piacevoli, mentre la sociologia generalmente si occupa di fenomeni negativi, di mali (sociologia come patologia sociale) da alleviare ed eliminare (es. ingiustizie, violenze, ineguaglianze, sfruttamento, disagi, condizionamenti, ecc.). La sociologia del turismo è nata quando questo fenomeno ha assunto caratteri di massa, con effetti negativi (reali o solo percepiti) sia sulla società

(le persone, la cultura) che sull'ambiente fisico. Alla sua origine, negli anni '60, essa ha un carattere prevalentemente critico; solo dopo qualche decennio si è auto-definita come una disciplina funzionale allo sviluppo del turismo (disciplina utile alle industrie turistiche, formazione degli operatori turistici, ecc.).

2. Il turismo, come molti altri fenomeni sociali, ha contorni vaghi e intersecati con altri; si confonde con il viaggio di lavoro, la vacanza, la villeggiatura (la seconda casa), la gita (escursione), il divertimento, l'esplorazione, l'arricchimento culturale, il mantenimento dei rapporti sociali, la navigazione sulla Rete (turismo virtuale), e altri. Nei primi tempi, si è tentato di definire formalmente il concetto di turismo come un comportamento in cui a) ci si allontana liberamente dalla propria residenza abituale, alla quale poi si ritorna (tour); b) si trascorre qualche tempo (almeno una notte fuori da casa, ma non oltre qualche anno), in un ambiente diverso di quello abituale; c) si compie il viaggio per vari scopi, tutti non lucrativi. Tuttavia ci si è resi conto che nessuna di queste condizioni è sostenibile in via assoluta. Inevitabilmente, nel turismo convergono fenomeni, concetti e nomi diversi. Vi sono molti tipi di turismo, e ogni comportamento turistico può avere diverse motivazioni e assumere forme diverse. Il turismo è un fenomeno complesso e molteplice.
3. Ciò rende più difficile la crescita della sociologia del turismo come disciplina propriamente scientifica. La mancanza di concetti operativi precisamente definiti complica l'individuazione di indicatori quantitativi in questo campo. Le statistiche "censitarie/amministrative", nazionali e internazionali, sul turismo, sono poche e approssimative. Nelle ricerche "ad hoc", a campione, i dati quantitativi possono essere più ricchi e precisi, ma inevitabilmente validi solo nel tempo e nello spazio in cui si sono elaborate e applicate. In conclusione, la sociologia del turismo rimane una scienza *soft* debole e locale. Essa è più sviluppata nei paesi di più antica e diffusa tradizione turistica, come l'UK e la Germania.
4. Come tanti altri, il turismo è un fenomeno sociale totale. La sua comprensione approfondita richiede che esso sia inserito in una molteplicità di "quadri concettuali" ("discorsi", "contesti" "frames" ecc.) tipicamente sociologici, come a) la mobilità, b) l'uso del tempo libero, c) il settore terziario, d) il consumo, e) le industrie culturali, f) l'immaginario, g) la globalizzazione, h) il contesto ecologico, e altri. Come tutti i fenomeni sociali, anche il turismo è un fenomeno storico; per comprenderlo esaustivamente, bisogna conoscere la sua evoluzione nel tempo, e anche i mutamenti dei suoi "frames". In questo approccio, l'insegnamento della sociologia del turismo implica l'insegnamento di elementi della sociologia generale, quando gli studenti già non la conoscono.

5. Si può intravedere la nascita di una autonoma e integrale “scienza del turismo”, in cui le diverse discipline umanistiche che si occupano di questo fenomeno ( antropologia, economia, psicologia, sociologia, ma anche discipline più tecniche e naturali, come la geografia, l’urbanistica, la gastronomia, la medicina, la biologia), trovino una sistemazione coerente. Invece pare più difficile la costruzione di una “teoria sociologica generale del turismo”, data la pluralità di fenomeni turistici, anche molto diversi tra loro; e data anche la pluralità di approcci teorici in sociologia. Come è noto, nella nostra disciplina non v’è un paradigma dominante; la sua identità riposa solo nel riconoscimento della propria storia (il pensiero dei propri padri fondatori) e in pochissimi assiomi generici. I tentativi di ricondurre la spiegazione dei fenomeni turistici in una teoria sociologica unitaria e coerente sembrano molte rari, e comunque senza successo.
6. La didattica della sociologia del turismo deve tener conto delle finalità della struttura in cui essa è collocata, a seconda che si tratti della crescita culturale generale (umanistica) o di preparazione professionale (tecnica). Nel primo caso ci si rivolge soprattutto ai futuri turisti, cioè alle persone in generale, tenendo conto che ormai nelle società sviluppate tutti o quasi compiono esperienze turistiche; e compito delle istituzioni educative è elevare la coscienza e la conoscenza di quello che si sta facendo. Nel secondo caso lo scopo è fornire all’industria turistica (aziende alberghiere, agenzie di viaggio, imprese di organizzazione di eventi turistici, amministrazioni locali ecc.) operatori capaci di contribuire efficientemente al suo sviluppo. Tuttavia, in pratica, non è facile tenere distinti le due finalità, perché normalmente, nelle facoltà umanistiche, solo una minoranza degli studenti eserciteranno la professione per le quali hanno studiato. La crescita culturale generale dovrebbe essere sempre una finalità generale degli studi superiori.
7. Sia nell’orizzonte della didattica che in quello della ricerca (che peraltro sono o dovrebbero essere strettamente collegate: cfr ad es. le tesi di laurea) la sociologia del turismo non può prescindere da principi etici ampiamente condivisi, come il rispetto delle culture etniche con cui il turista viene a contatto e in cui l’industria turistica insedia le proprie strutture, il rispetto di criteri di giustizia sociale nei rapporti con il personale, la conservazione degli ambienti naturali, il risparmio delle risorse, i freni ai piaceri e il rifiuto di lussi esagerati (sobrietà), i criteri di autonomia e critica razionale nel comportamento, a fronte dei condizionamenti esterni (es. mode), ecc.
8. La sociologia del turismo non può prescindere, nel suo lavoro, da griglie di analisi e di tipo SWOT (*strength/weakness, opportunity/threat*). Come si è già evidenziato, in linea generale il turismo è un fenomeno positivo, socialmente apprezzato e desiderato; è una manifestazione (causa, effetto, indicatore), dello sviluppo sociale e umano. Ma, come ogni fenomeno sociale, anche il turismo può presentare aspetti negativi. La didattica e la ricerca sociologica può/deve contribuire alla crescita del turismo verso

livelli sempre più alti, senza omettere la critica verso gli aspetti negativi. In generale, di fatto e con qualche contro-tendenza, sembra che il turismo si evolva in forme, modi, tipi e qualità sempre migliori (consapevolezza, responsabilità, rispetto, sostenibilità, naturalità, sobrietà, salubrità, “dolcezza”, ecc. ecc.).

9. Malgrado alcune eccezioni, locali e contingenti, legati a particolari eventi politici ed economici, il turismo cresce vivacemente ovunque, nel mondo, e costituisce una realtà economica, sociale e culturale fondamentale nella vita di miliardi di persone. Quindi crescono anche gli studi sociologici su questo fenomeno (centri, corsi, ricerche, pubblicazioni). I trend e le situazioni in questo campo dovrebbero essere oggetto di ampie analisi. Anche in Italia il turismo si è ripreso ampiamente, dopo la severa crisi (recessione) avviata nel 2008; oggi è in ottima salute e coinvolge masse sempre più ampie. Tuttavia in questo paese si riscontrano sintomi di perdita di interesse per questa disciplina (calo di iscrizioni, chiusura di corsi, stagnazione della pubblicistica, ecc.). Se questo è vero, la spiegazione può essere individuata in tre fattori. Da un lato, lo stesso successo del turismo. Se le cose vanno bene, le imprese e le amministrazioni del turismo sentono meno il bisogno di ricorrere ad esperti per studi tattici e strategici. Dall'altro lato, la generale perdita, almeno di Italia, di status della sociologia come disciplina propositiva, operativa, applicativa. In questa scala, essa è scalzata da discipline come l'economia e la psicologia, più utilizzabili nelle attività di marketing, pubblicità, promozione, relazioni pubbliche, organizzazione di eventi, in grado di far crescere le imprese. La vocazione a condurre analisi critiche, tipica della sociologia, non depone a suo favore presso le imprese. In parole povere, c'è poca domanda esterna di ricerche sociologiche sul turismo.

Il terzo ipotetico fattore è il calo degli sbocchi professionali per laureati in scienze sociali e umane, a causa della rivoluzione digitale. Quando, negli anni 90, in Italia si sono lanciati i corsi di scienze del turismo, si pensava molto ad occupazioni nelle agenzie turistiche, che svolgevano essenziali pratiche in questo campo (prenotazioni, consulenze, scelte di itinerari, organizzazione di viaggi, ecc.). Con la diffusione della Rete e i PC, gran parte della popolazione è in grado di svolgere autonomamente queste pratiche, anche in tempo reale e in mano. Come in ogni altro settore economico, la Rete cancella posti di lavoro tradizionali (e ne crea di nuovi; ma il bilancio è incerto).

A nostro avviso, a fronte del calo (ipotetico) dei sbocchi professionali, rimane e diventa sempre più importante la vocazione culturalizzante della sociologia del turismo: educare i giovani a vivere sempre meglio (più consapevoli, responsabili, autonomi, ecc.) come turisti.

Nota nel 5 luglio 18:

*all'univ. di Udine, nel 2016/7, al corso di Scienze e tecniche del turismo culturale erano immatricolati 108 studenti (al 5 posto, sui 30 corsi attivi); ma per questo diploma vi erano nel 2017 solo 13 offerti posti di lavoro; il gap di gran lunga più ampio, tra i corsi)*