

IDEE IN DISCUSSIONE

LIBRI PIENI DI AUSPICI

RECENSIONE A *PER UNA CRITICA DELL'ECONOMIA TURISTICA* *

Le recensioni che negli ultimi mesi hanno descritto questo libro si soffermano quasi tutte sull'introduzione – molto corposa e ricca, che rende conto e aggiorna un finale altrimenti fermo a prima della pandemia (termine *ad quem* tutto nel nostro mondo contemporaneo sembra essere mutato o comunque aver bisogno di una rilettura) – e sulla parte finale relativa al caso studio di Venezia, città patrimonio del mondo per le sue meraviglie, ma soprattutto meta delle forme più deteriori del viaggio, quella di un turismo che negli ultimi dieci-quindici anni si è trasformato in un animale predatore, riversando tra le calli ondate di persone e valigie senza regole, stipate in ogni anfratto e con un flusso continuo in ogni momento dell'anno, devastante al pari degli eserciti in ritirata. È evidente che sia questa la parte più interessante e attuale del libro di Filippo Maria Salerno, quella in cui si mette il dito concretamente nella piaga del modo di produzione capitalistico e soprattutto del modo capitalistico di intendere le relazioni tra luoghi, persone e merci, come frutto unico e immutabile della globalizzazione. Interessante perché fa il punto sugli effetti dell'*overtourism* in tutte le città accomunate dallo stesso destino di Venezia un attimo prima della pandemia, evidenziando come il sovraffollamento avesse già da tempo fatto emergere i rischi della monocultura turistica da un lato e di un'ipotetica museificazione di questo tipo di città dell'altro. Venezia è in gravissimo pericolo di vita da tanto tempo, sottolinea l'autore, e la pandemia, con il suo strascico di serrande abbassate, strade e alberghi vuoti, ne ha solo evidenziato il dramma e tracciato forse il destino. Ma non sono i turisti in sé i colpevoli di tanta devastazione, così come non è la pandemia che affonda Venezia. E tuttavia, l'unico modo per invertire la rotta innescata dal mercato globale e

* Filippo Maria Salerno. *Per una critica dell'economia turistica. Venezia tra museificazione e mercificazione*. Macerata: Quodlibet, 2020, pp. 251.

immaginare un futuro diverso è agire sulle persone, sui singoli comportamenti che diventano comportamenti collettivi e che possono aspirare a smuovere dal basso le fondamenta del sistema produttivo.

Per comprendere il senso di questa parte del libro, che ben si reggerebbe da sola inserendosi nell'ormai vasto filone di analisi sulle cause della "morte di Venezia", appare tuttavia fondamentale soffermarsi sugli altri capitoli che precedono, che ricostruiscono esaustivamente e dettagliatamente, come deve essere in ogni solida ricerca scientifica, il contesto e in particolare la storia dell'idea di "turismo", del senso del viaggio di scoperta e delle "smanie per la villeggiatura", quando cioè ancora nel XIX secolo muoversi era un privilegio per pochi. È utile e interessante riprendere un filo così lontano del discorso perché spostare lo sguardo verso una dimensione storica e più distaccata rispetto al qui ed ora, ci permette di ridare alla parola "turista" – oggi consumata e scarnificata al punto da far emergere soltanto la sua accezione negativa – tutta la sua dignità e importanza. Un passo di lato necessario per riflettere e fare ad esempio i conti non solo con l'impossibilità di mettere freni alla globalizzazione, ma anche di mettere freni e limitare la curiosità umana, la voglia di conoscere il mondo che legittimamente hanno i miliardi di persone che siamo. Nemmeno in nome della salvezza di Venezia si può fare.

Per uscire dunque dalla dicotomia, al momento del tutto sterile avverte Salerno, tra lasciare Venezia alla deriva del mercato oppure trasformarla nel museo (o nella Disneyland) di sé stessa con tanto di biglietto d'ingresso e prenotazione, l'unica strada è ragionare sui motivi che spingono le persone a muoversi dal proprio guscio domestico e innervarli di nuovo senso di responsabilità, di qualcosa che assomigli ad una compartecipazione alla costruzione del valore di un luogo. I luoghi tutti i luoghi del mondo non sono solo Natura, edifici, monumenti, cascate, montagne, neve o sole o spiagge, sono territori in cui brulica la vita, luoghi in cui poche o tante persone abitano, hanno relazioni, costruiscono tessuto comune. Ogni luogo è un ecosistema che va attentamente considerato prima di visitarlo e scoprirlo. Se alla specificità del luogo e del modo di vivere dei suoi abitanti si sovrappone un sistema "globale" omologante, che mi fa trovare in ogni parte del mondo gli stessi negozi in *franchising*, le stesse opportunità di visitazione, gli stessi prodotti "tipici" che tipici ovviamente non sono più, certamente come "straniero" mi sento rassicurato, non avere sorprese è un'esigenza della modernità, ma quale esperienza realmente ho fatto in questo viaggio? Esperienza vuol dire dormire in un alloggio "tipico" che ho trovato in rete nella piattaforma Airbnb che ha setacciato anche le soffitte e i magazzini, magari gestito da

una società straniera, senza contatti con i proprietari, le chiavi trasformate in una combinazione di numeri ed una cameriera o cameriere che cambia le lenzuola e gli asciugamani ogni mattina arrivando col carrello? È questa l'esperienza del luogo che cercavo con questo viaggio e che magari ho pagato mentre l'operatore mi assicurava sul fatto che sarebbe stata "unica"? Turismi di questo tipo non sono altro che "consumo di luogo", sfruttamento della scena già asfittica della città merce. Purtroppo, vandalizzare meraviglie naturali e fabbricate non è cosa degli ultimi decenni soltanto, è un epifenomeno connaturato al nostro stare sulla terra e volerci appropriare delle sue risorse e bellezze in ogni modo. Il problema è che l'epifenomeno, negli ultimi decenni in condizioni di capitalismo avanzato, si è improvvisamente ingigantito, fino ad esplodere: 30 milioni di visitatori l'anno a Barcellona a fronte di 1,6 milioni di abitanti; 20 milioni di visitatori a Venezia a fronte di 50.000 abitanti (popolazione della città d'acqua). Sono solo due degli esempi che propone Salerno e che ci riportano all'oggi segnalandoci come le cose ci siano sfuggite di mano, come la dimensione umana del viaggio sia sfuggita ad ogni unità di misura.

La città è "l'uso che se ne fa", scriveva tempo addietro Pierluigi Crosta e quindi anche i turisti assieme agli abitanti, "usando" la città, ne determinano non solo la sorte, ma il valore (il disvalore). La città – questa città così speciale e unica – è bene comune, non di pochi e di ricchi, è bene di tutti. Tutti noi ne siamo responsabili. Può passare questo concetto come fondativo di una nuova idea di viaggio?

La verità è che non c'è alcuna cognizione in chi viaggia oggi dell'impatto del suo passaggio su ambiente e relazioni umane locali. Ovviamente non stiamo parlando del viaggio necessario, della migrazione da cui dipende la vita di chi si muove. Né del viaggio di lavoro, né del movimento pendolare. Stiamo parlando di tutto il resto: del fatto che, ad esempio, le vacanze in crociera sono molto più popolari di una volta e molto più alla portata di tutti, con navi a diesel che sbarcano migliaia di passeggeri alla volta sulle banchine delle città portuali; del fatto che le compagnie aeree super-economiche che utilizzano piccoli aeroporti-satellite tagliando drasticamente il costo dei voli in Europa, nelle Americhe e in Asia, hanno incoraggiato miliardi di persone a muoversi. Nemmeno in tempi di pandemia, questo scenario sembra trovare più di tanti ostacoli a riprodursi. Il turismo è mercato, è industria, è parte del Pil di un Paese. Tutte le energie sono concentrate a che riprenda. Come prima e più di prima. E tuttavia il rallentamento imposto dalla circolazione del virus ci ha dato per un breve attimo la possibilità di ripensare alcune cose nella relazione tra persone e luoghi. Non è detto che tale riflessione si trasformi

in azioni concrete ovviamente. Non è detto che si riesca a recuperare consapevolezza al turista – al noi viaggiante – e dare valore e responsabilità ai movimenti che si compiono (chiedersi “perché?”: basterebbe questo) pensando di apportare qualcosa ai luoghi che visitiamo invece che prenderla o distruggerla. Un monito che il libro di Filippo Maria Salerno rivolge anche agli stessi veneziani, citando nel finale le parole scritte nel 1969 da Giuseppe Mazzariol: «Se i veneziani odierni continueranno ad usare Venezia come un oggetto da mostrare in determinate occasioni la perderanno come organismo vivente (...) per avere in cambio un monumento restaurato, inerte imbalsamato concluso nella sua forma, un rudere turistico, che sarà esattamente il contrario di Venezia». Si tratta di trasformare la prospettiva, arricchire l'economica del tempo libero di altri valori e orizzonti di senso. E smettere di “inventare la tradizione”.

Lorenza Perini