CONTROVACANZE ovvero UN MODO NUOVO DI FARE IL TURISMO di Guido Contessa
su Turismo sociale", ETSI-CISL Lombardia, anni1, n.1, genn.-marzo 1976

Il termine di controvacanza è per la verità molto ambiguo. Tutto ciò che nella nostra cultura si presenta come «contro» o come alternativo, è spesso solo un modo diverso di fare le stesse cose, è insomma un fenomeno «parallelo».
Identificare la vacanza alternativa con quella povera (tipo hippies), con quella della fantasia artificiale e primitivista (villaggi tipo Haway), o con quella austera e formalmente politicizzata è una mistificazione da smascherare. Le stesse ambiguità della vacanza cosiddetta alternativa sono state trasferite nelle ipotesi di turismo sociale che viene troppo spesso considerato come quello di serie B, e caratterizzato dalle sistemazioni primitive. Per poter parlare di vacanze alternative o controvacanze occorre anzitutto esaminare i connotati delle vacanze tradizionali, sottoporli ad una attenta critica e poi ipotizzare il nuovo modello di vacanza.

Il turismo abituale delle società avanzate è soprattutto caratterizzato dal consumo. Esso si presenta come consumo di oggetti, di paesaggi, di relazioni sociali: la natura e gli altri uomini sono reificati, il turista non entra in relazione con alcunché.
Il turista è passivo, le sue relazioni con gli altri e con le diverse culture sono mediante e controllate dall'organizzazione turistica; chi viaggia è oggetto per essa, come gli altri e la natura sono oggetti per il viaggiatore. Il turista è ricettore acritico di un messaggio che non gli deriva nemmeno dalla realtà, ma dalla organizzazione di viaggio cui si è affidato. Chi viaggia o va in vacanza, intende di solito fare una esperienza del tutto prevista, che confermi invece che arricchire, il suo modo di vivere e di vedere la realtà. Tutta l'organizzazione turistica è impostata sul principio dell'assenza del rischio e della novità. Le poche novità inevitabili sono offerte «sotto vuoto spinto», in una atmosfera artificiale che annulla tutto il loro potenziale di cambiamento. Anche nei paesi più lontani e diversi l'organizzazione turistica procura menù e divertimenti vicini il più possibile alle abitudini del turista. Paradossalmente lo sviluppo turistico di una zona è legato alla sua capacità di limare, diminuire, annullare le sue caratteristiche peculiari: un villaggio turistico ha tanto più successo quanto più assomiglia ad una città, o ad un villaggio immaginario reclamizzato dalla letteratura salgariana. Difficilmente si porta un turista in un villaggio sardo, fatto a somiglianza di un villaggio sardo. Il soggiorno diventa appetibile solo se il villaggio ricorda l'architettura milanese, oppure quella messicana o polinesiana.
Anche per la cucina è lo stesso. Come per le persone: se un villaggio in Puglia è troppo frequentato dai pugliesi, perde di interesse. I milanesi, come i romani e i torinesi (per citare quelli che viaggiano di più) preferiscono passare le vacanze in insediamenti pieni di concittadini, con cucina della loro regione, urbanistica newyorkese: forse nel loro intimo preferirebbero anche che questi villaggi fossero a pochi metri dalla loro città!
Al contrario una vacanza alternativa dovrebbe ispirarsi ad un vero cambiamento del turista. Essa dovrebbe offrire una comunicazione dialettica fra diversità culturali, politiche ed esistenziali. Turismo e vacanza come occasione di novità e di cambiamento personale; come possibilità di rimettere in discussione il proprio modo di vivere e di pensare; come momento di autocritica e di riflessione. Dovrebbe dunque prevalere la logica del lutto diverso, e della sorpresa.

Un'altra caratteristica della vacanza tradizionale è quella della compensazione, della fuga dalle tribolazioni quotidiane, dall'evasione dall'impegno, del cervelli» all' ammasso. L'idea di fondo è «vado in vacanza per ricrearmi »; oppure «penso già tutto l'inverno, d'estate voglio riposare e distrarmi ». L'operazione è illusoria. Una vacanza cosi impostata non ricrea, ma debilita, spinge a regredire, lascia insoddisfatti. In realtà arriviamo in vacanza già condizionati psicologicamente, per cui la speranza di ricrearsi è del tutto astratta. Al contrario aumentiamo e consolidiamo il nostro stress, trasferendo nella vacanza l'atteggiamento competitivo, la spinta al consumo, l'individualismo, le inibizioni, le ansie di tutti i giorni. L'unica possibilità reale di ricrearsi non sta nel disimpegno, nella evasione, nel consumo, nella superficialità, ma nei loro esatti contrari. Se nella vacanza si vuole davvero recupare, rifarsi, valorizzare ciò che nella vita di tutti i giorni è soffocato occorre impostarla sulla collaborazione, la socializzazione, la creatività, la spontaneità espressiva, la attività decisionale. Se la vacanza deve davvero ricrearsi, ricostruire e ricomporre la personalità, deve dare spazio a tutte quelle attività che sono normalmente lontane dalla vita del lavoratore. Nella convinzione di «evadere», invece, facciamo in vacanza ciò che facciamo tutti i giorni in fabbrica o in casa, davanti al televisore. L'organizzazione del lavoro e i mass media non ci chiedono di inventare niente, nè di collaborare, nè di esprimerci nella

nostra pienezza. Al contrario vogliono che eseguiamo, ripetiamo, imitiamo, competiamo. Perchè ridurci a fare queste cose anche durante la vacanza? La vacanza alternativa dovrebbe essere un momento di liberazione della fantasia collettiva, delle capacità espressive di ciascuno; un momento di presa di coscienza dei propri rapporti con gli altri e con la realtà.
La vacanza tradizionale sviluppa per lo più rapporti profondamente distorti: la natura e gli altri «sono usati » dal turista, così come il turista «è usato» dalla organizzazione turistica. E' in fondo il vecchio schema del capitalismo che prevale: cosificare per aumentare il profitto. La controvacanza deve invece sviluppare rapporti non perversi fra gli uomini e fra essi e le cose. Deve facilitare i rapporti di scambio fra gli uomini, con la natura e fra le culture: rapporti di scambio fra soggetti interattivi, disponibili al dialogo ed al cambiamento.
Altri connotati della vacanza "classica" sono il possesso e la velocità. Occorre agitarsi, muoversi, precipitarsi; ed è necessario possedere la
casa più bella, il miglior costume da bagno, il più nuovo paio di sci. L'ansia
da velocità e da possesso sono la fonte principale dello stress psicofisico: dopo una vacanza spesso occorre riposarsi! Una vacanza alternativa deve invece recuperare la dimensione dell'otium latino; uno spazio destinato all'essere piuttosto che al fare, all'essere più che all'avere. Le vacanze dell'epoca moderna diventano una psicopatologia dell'homo faber, dell'uomo costruttore, attivo,
frenetico; le vacanze dell'otium esprimono invece l'homo ludens, l'uono che gioca, che agisce senza altro scopo che se stesso.
E il gioco è la dimensione umana della libertà, quella in cui non esistono regole al di fuori di quelle che ci si dà liberamente. La vacanza alternativa come spazio di gioco puro, ovvero come momento di libertà e di liberazione.
Quando, nel corso di convegni e incontri, si dicono queste cose, gli operatori di solito rispondono che il turista non desidera una controvacanza, ma solo una tradizionale vacanza passiva, comoda, in un ambiente simile al bar sottocasa, circondato di facce note, con poche sorprese e delusioni. Secondo costoro al turista non importa tanto andare in un paese straniero come la Francia per vedere la Francia: gli importa solo dire di avere conosciuto lo stereotipo della Francia. Cioè quella immagine che, anche se corrisponde solo in parte alla realtà, è la più diffusa circa la Francia. In fondo al turista importa solo vedere ciò che già ha visto al cinema o letto sui libri. Vuole che i napoletani suonino il mandolino, i pugliesi vivano nei trulli, gli spagnoli fra i tori, le francesi molto sexy e gli inglesi molto freddi.
Solo con queste garanzie il turista si muove: e gli operatori turistici le danno.
Se il discorso quadra per imprese turistiche orientate al profitto, quadra meno per le organizzazioni sindacali. Questc infatti non possono non porsi finalità educative e politiche, nell'intraprendere un'attività come quella turista. Nè possono utilizzarla allo scopo di consolidare la situazione di deprivazione cui solitamente è soggetto il lavoratore sul luogo di lavoro. Il sindacato è dunque di fronte ad un grosso compito storico, dal momento che ha deciso di occuparsi di questo servizio: sperimentare un nuovo modo di fare turismo e vacanza, un modo ispirato alla promozione dei lavoratori invece che al profitto.
Ora il sindacato è giunto alla consapevolezza della necessità di qualificarsi: si tratta di sperimentare, inventare, un nuovo modo di fare turismo. E si badi bene che qualificare non significa rendere noioso e pedante, moralistico e mistico, l'uso del tempo di vacanza.
Occorre semmai muoversi secondo le indicazioni prima suggerite. Sviluppare gli aspetti umani del turismo, prestando una attenzione particolare ai rapporti fra i lavoratori, affinchè un viaggio ed una vacanza consentano un arricchimento personale ed un'esperienza di cooperazione. Aumentare gli spazi di decisione e di autogestione della vacanza da parte dei lavoratori, allo scopo di superare la tendenza alla passività del "tutto previsto" . Incentivare i momenti di reale confronto con le diverse culture e modi di vita, in modo da far diventare la vacanza un momento di autocritica e di cambiamento. Ridimensionare l'attivismo e la corsa al possesso, e rivalutare l'espressione personale. Offrire momenti per lo sviluppo della creatività e della fantasia collettiva. Collegare il viaggio e la vacanza ad un lavoro continuo di promozione culturale. Valorizzare gli aspetti emotivi e lucidi dei rapporti fra gli uomini, e fra questi e il paesaggio. Familiarizzare i lavoratori colla novità, la diversità.

Per realizzare questo tipo di politica turistica occorrono tre condizioni. La prima è quella del collegamento fra organismi turistici e confederazioni, affinchè il turismo sia portato avanti con coerenza rispetto alle lotte nella fabbrica e nel territorio. Finché questo collegamento non sarà operante, l'attività turistica
non potrà essere che ridotta ad imitare i modelli più consumistici. In sostanza occorre che l'organizzazione sindacale comprenda appieno che il turismo, settore del tempo libero, è un aspetto

importante rispetto al tempo di lavoro. Il turismo deve dunque rientrare nella più vasta politica culturale del sindacato; che ormai ha compreso la stretta correlazione fra lotta sul posto di lavoro e lotta fuori da questo.

La seconda condizione riguarda l'organizzazione turistica sindacale. Occorre abbandonare la via dell'artigianato e dello spontaneismo, così come occorre evitare la strada del centralismo e del tecnicismo. Deve considerarsi finita l'epoca dell'intervento culturale inteso come un intervento da dopo-sindacato: turismo, strutture dopolavoriche e politica culturale, devono essere affrontati con professionalità da una parte, e con un'apertura partecipativa dall'altra. La recente regionalizzazione della organizzazione dell'ETSI è sicuramente un fatto positivo. Accanto a ciò occorre avviare una programmazione pluriennale delle iniziative, uno studio sugli insediamenti e sui vettori, un allargamento degli organismi di gestione teso e coinvolgere le strutture periferiche dei dopolavori e dei consigli di fabbrica.

La terza condizione è quella della qualificazione degli operatori. Anzitutto una qualificazione del sindacato, sia a livello centrale che periferico, categoriale e confederale. In secondo luogo una sensibilizzazione degli operatori sindacali in genere, affinchè entrino nei problemi del turismo e del tempo libero senza giudicarli pregiudizialmente estranei al lavoro di fabbrica.
Il dibattito su questi temi è già iniziato e la nascita di questa rivista deve segnare l'inizio di un allargamento a macchia d'olio della problematica del turismo in tutti i livelli e settori sindacali.