

FRANCO MARTINELLI

EVOLUZIONE DELLE PRESENZE TURISTICHE E PERCEZIONE DELLE STRUTTURE MATERIALI E DEI SIGNIFICATI CULTURALI DEI LUOGHI UNA PROSPETTIVA SOCIOLOGICA

Già nel periodo in cui erano riservate alle *élites*, villeggiatura e turismo si presentavano come fenomeni connessi con l'insediamento urbano e si sviluppavano in dipendenza dell'accelerazione dell'urbanizzazione. In seguito si è potuto osservare, insieme con un aumento diffuso di disponibilità di tempo libero, l'ampliamento del fenomeno della villeggiatura e del turismo a ceti e gruppi più ampi. La villeggiatura si estende gradualmente dai ceti aristocratici e dai ceti borghesi alla media e piccola borghesia prima e ai ceti artigiani e popolari poi.

Come ha scritto Giovanni Merlini (1968, p. 2): «La promozione sociale portata dalla prima guerra mondiale ha originato il turismo di massa, specie quello balneare, e dopo il conflitto (seguente) anche quello montano, estivo e invernale». Il turismo è inteso qui in un'accezione più ampia, comprendente anche la villeggiatura. Ciò dipende dall'ottica del geografo, il quale si propone di analizzare: *a)* la domanda turistica, intesa come analisi delle correnti turistiche e delle loro componenti sociali; *b)* la ricerca di nuove localizzazioni ricettive, con la definizione delle cosiddette «regioni turistiche», più ampie della precedente individuazione dei centri turistici, propria della geografia urbana; *c)* l'adattamento del fenomeno turistico alle diverse forme di paesaggio in cui esso è inserito e, nel contempo, gli adattamenti del paesaggio al turismo.

Alle prospettive aperte dal geografo altre se ne aggiungono: *a)* analisi della morfologia del turismo, intesa come le diverse forme in cui il turismo e la villeggiatura (nelle loro varie modalità di espressione) possono presentarsi, sia in relazione alle regioni turistiche, sia in relazione alla durata dell'attività svolta: turismo di fine settimana, turismo di transito, turismo stagionale; *b)* analisi delle componenti di stratificazione sociale che caratterizzano l'*élite* e la massa delle persone che attuano un soggiorno di vacanza ovvero un'attività specificamente turistica.

Il sociologo, interessato all'una e all'altra dimensione, l'una che può definirsi sociologia delle regioni turistiche, l'altra sociologia della stratificazione sociale del turista, comincia da poco a intravedere le possibilità di studio di tale fenomeno specifico. Un approccio, che possa costituirsi come progetto di analisi sociologica del fenomeno, deve tenere debito

conto della sua dimensione temporale e storica, in relazione a un aspetto di grande importanza nello studio dell'evoluzione del fenomeno: il passaggio dal turismo di *élite* a quello di massa.

Interessa qui un'ulteriore variabile da tener presente nell'analisi del turismo. Il passaggio dal turismo di *élite* a quello di massa procede parallelamente alla diffusione dei trasporti pubblici e privati e assume impetuoso sviluppo insieme con la motorizzazione privata, che agisce sul fenomeno sia direttamente, mediante la possibilità data a più gruppi di spostarsi continuamente, sia indirettamente, provocando un aumento generale della mobilità personale nel territorio.

Villeggiatura, viaggi e conquista delle ferie. – Villeggiatura e turismo delle masse sono in stretta dipendenza dall'istituzione delle vacanze o ferie dal lavoro, istituzione sconosciuta agli inizi del processo di industrializzazione, che si è allargata e diffusa tra le classi lavoratrici, cioè nella maggioranza della popolazione, parallelamente allo svilupparsi di una legislazione del lavoro, protettiva del benessere e della salute del lavoratore. Sono ancora da considerarsi validi alcuni studi condotti su vari aspetti delle condizioni di lavoro e di salute, propri di numerose indagini di sociologia industriale. Tra questi, di interesse specifico sembrano i risultati di due ricerche condotte per l'Istituto Italiano di Medicina Sociale di Roma sulle condizioni di lavoro e di salute dei lavoratori italiani – l'una rivolta ai lavoratori metalmeccanici dell'ITALSIDER di Taranto, l'altra agli operai edili nei cantieri di Roma (Martinelli, 1971 e 1973).

Nella prima ricerca (effettuata nel giugno-luglio 1970 con interviste individuali a 300 operai, distribuiti per categorie e per sezioni dello stabilimento, e a 100 impiegati amministrativi), il problema del tempo libero e delle ferie è stato affrontato come tema specifico nell'ambito delle condizioni di lavoro e con riflessi importanti su quelle di salute. Nella stragrande maggioranza il periodo di ferie era stato trascorso, sia da operai sia da impiegati, negli stessi luoghi di residenza o in località vicine. I soggiorni in montagna e i viaggi all'estero, che possono essere considerati, soprattutto questi, attività turistiche, avevano riguardato un numero scarso di impiegati e di operai delle categorie superiori. Le percentuali di coloro che erano inequivocabilmente rimasti a casa propria (a lavorare o riposare) erano più elevate tra gli operai che tra gli impiegati.

Nella categoria degli edili, legati ancora in parte alla società rurale per esperienze di vita e di lavoro, il concetto di vacanza sembrava poco diffuso. Più della metà degli intervistati avevano risposto di non aver avuto nessun periodo di vacanze nell'ultimo anno. Se ciò dipende in parte dall'abitudine nelle società rurali di far coincidere i periodi di riposo con quelli di stasi dei lavori nella campagna, d'altra parte l'uso non viene modificato dall'organizzazione di lavoro nell'attività edilizia, che quando non sia distribuita in tutto il periodo dell'anno è concentrata proprio nei periodi di buona stagione.

Industrializzazione e struttura di classe. – Il processo di industrializzazione nella sua fase avanzata ebbe grande influenza sulla popolazione italiana, indicando un nuovo modello di mobilità collettiva: le vacanze dei cittadini estesero il raggio di distanza. Le agenzie di viaggi, locali e nazionali, cominciarono a organizzare gite ed escursioni; le parrocchie organizzarono pellegrinaggi religiosi e visite in Italia e all'estero; il possesso dell'auto, diffuso in strati sempre più ampi, aggiunse ai viaggi organizzati la più differenziata e frequente mobilità individuale.

Dalle vacanze sedentarie si è passati nelle città italiane e anche nei centri minori alla

vacanza distribuita per tutto l'anno, ma sempre con punte più frequenti nella stagione estiva. Anche nell'uso di queste vacanze più ampie e più mobili, si riproducono le differenze di stratificazione sociale già riscontrate nella prima fase: questo fenomeno, le sue dimensioni quantitative e i suoi aspetti qualitativi, nonché le implicazioni sui rapporti tra diversi gruppi professionali e strati sociali, possono essere oggetto di indagini appropriate. Si deve dare attenzione preminente alla diversità di accesso a forme diverse di vacanza, villeggiatura e turismo, in presenza o in assenza dell'istituzione delle ferie (anziani, sottoccupati e popolazione agricola sono le categorie con minore accesso alle vacanze) da parte di strati sociali e gruppi professionali diversi, con prevalenza delle iniziative sorte da e per gli insediamenti urbani, rispetto ai quali i movimenti di origine paesana e rurale si orientano con fenomeni di tipo imitativo.

Il turismo provoca anche il manifestarsi e la diffusione di nuove forme e modelli culturali, non solo nel senso di uso di beni artistici, storici e paesaggistici, ma anche con la creazione di nuove abitudini e modi di vita alternativi a quello abituale. Di fronte ai massicci fenomeni di esodo stagionale dalle grandi città industriali e terziarie in Italia viene in mente la lezione di Marcel Mauss, il quale aveva osservato – con riferimento alle variazioni stagionali delle società eschimesi, alle migrazioni stagionali degli abitanti della valle del Reno in Svizzera e alla vita dei monaci buddisti in India, nel *Saggio sulle variazioni stagionali delle società eschimesi* del 1905 e nel posteriore *Manuale di etnografia* – come le diverse modalità di insediamento di una popolazione comportino modi diversi di organizzare la vita di relazione.

Variabili principali di cui tenere conto per un'analisi sociologica dei modi di impiego del tempo libero sono la struttura sociale di una popolazione (per sesso, età, distribuzione sul territorio, struttura di classe, con riferimento alla divisione in classi, strati e ceti) e – in connessione con tali strutture – la dinamica dei consumi, compresi quelli di spesa turistica. La rivoluzione industriale comporta tra gli altri effetti – miglioramento della rete di comunicazione, sviluppo delle città, moltiplicazione delle imprese di esercizio alberghiero – quello di modificare il modello della stratificazione nelle società in corsa nello sviluppo capitalistico.

Un'analisi attendibile e accurata della struttura di classe in Italia è stata descritta dall'economista Paolo Sylos Labini (1972). Senza allontanarsi dal modello classico dello sviluppo industriale – fondato sulla opposizione di borghesia (nei diversi livelli) e proletariato (nelle diverse aree di produzione) – l'economista-sociologo ha rappresentato un modello di struttura di classe, articolato e rappresentato in riferimento alla sua dinamica in atto in Italia negli anni Settanta: *a*) borghesia; *b*) classi medie (articolate in: 1 – piccola borghesia impiegatizia: 1*a* – impiegati privati; 1*b* – impiegati pubblici; 2 – piccola borghesia relativamente autonoma: 2*a* – coltivatori diretti; 2*b* – commercianti; 2*c* – artigiani e altri; 3 – categorie particolari); *c*) classe operaia (articolata in: 1 – agricoltura; 2 – industria, inclusa edilizia; 3 – altre attività).

La rappresentazione della struttura sociale con un modello a tre classi, da parte di uno studioso che adottava lo schema marxiano (a parziale correzione dello schema dicotomico prevalente nell'analisi marxista), aggiungeva alla descrizione alcune ipotesi sull'evoluzione in atto in quegli anni. Secondo Sylos Labini, la struttura tripartita avrebbe avuto come evoluzione un rafforzamento della piccola borghesia impiegatizia, in via di espansione in termini di valori economici. Altri, e in particolare Livio Maitan, trascinati da una visione ideologica, ritenevano che la piccola borghesia degli impiegati sarebbe passata a rafforzare la classe operaia, divenuta classe egemone.

Tornando al nostro tema, tra le rivendicazioni avanzate, quelle rappresentate da classi lavoratrici e ceto medio impiegatizio avevano in comune il miglioramento delle condizioni

di lavoro: in primo luogo diminuzione degli orari di lavoro giornaliero; in seguito, in molte categorie, la sua distribuzione in cinque giornate (la settimana corta); infine la rivendicazione delle ferie retribuite. Il passaggio da una produzione caratterizzata da una notevole importanza dell'agricoltura (la popolazione attiva in agricoltura nel secondo dopoguerra era ancora il 42%, e oltre la metà nelle regioni dell'Italia meridionale) – per la quale l'alternanza lavoro e riposo dipendeva in gran parte dalle vicende stagionali, con massima attività lavorativa in estate e autunno, con lavoro da sole a sole, e pausa lavorativa nel periodo invernale – lasciava il posto a negoziazioni, sostenute dalle organizzazioni sindacali, su periodi di riposo retribuito, anche in periodo estivo, quando rallentava anche la produzione industriale.

Espansione del turismo di massa. – Per imitazione delle classi superiori venne a costituirsi un nuovo esercito di vacanzieri, meno provvisti di denaro, ma che rivendicavano un periodo di riposo. La villeggiatura si estese a nuovi attori sociali, con il risultato di aumentare il numero dei vacanzieri e, in conseguenza, anche i luoghi di soggiorno e meta di turismo.

Di fronte all'ingresso massiccio nei luoghi di villeggiatura e nei centri di arte e cultura, si sviluppò una organizzazione capillare di località di accoglienza, fornite di alberghi, locande e case di affitto, ristoranti e trattorie, caffè e bar, strutture di accoglienza sportiva e ricreativa. A confronto con le località di accoglienza del passato, queste si connotavano per un'articolazione più dettagliata: al Grand Hôtel tradizionale si affiancavano alberghi di I, II e III categoria e locande, mentre si ampliava la pratica dell'affitto nelle case private.

Siamo ancora nell'epoca, estesa a tutto il secolo passato, in cui era visibile la separazione della clientela per classe ceto sociale. La modalità della villeggiatura e la qualità del *tour* cominciavano a rappresentare il valore di un raggiunto *status* sociale. Si potevano distinguere una villeggiatura e un turismo di riposo e un turismo ridotto alla visita di luoghi importanti e ormai celebrati. In parallelo, accanto al pellegrinaggio al santuario della Madonna in Pompei si sviluppavano le visite agli scavi di Pompei e di Ercolano; accanto al pellegrinaggio alla Basilica di San Pietro si sviluppava la visita ai monumenti dell'antichità classica. Si organizzavano visite alle più importanti raccolte del patrimonio artistico nazionale delle più importanti città: accanto alla villeggiatura salutistica assumeva nuova importanza la visita a luoghi di religione e alle città d'arte.

I diversi ceti sociali producevano, tuttavia, modalità diverse di turismo. I ceti intellettuali visitavano monumenti e musei, la massa seguiva, organizzata dalle agenzie turistiche, ma anche dalle numerose iniziative del turismo aziendale e del turismo scolastico. Si verificava una graduale emulazione verso la visita ai monumenti e musei, con modalità diverse di fruizione e con l'adozione di incentivi: ingresso gratuito agli scolari, biglietti ridotti agli anziani, giornate a ingresso libero in occasione di particolari ricorrenze. Era ancora possibile individuare tendenze di percorsi turistici per classi di età e per livello di istruzione.

La più recente evoluzione dell'organizzazione produttiva del mercato di lavoro, il potenziamento delle comunicazioni, in concomitanza con la frammentazione delle classi sociali e l'emergenza di nuovi strati di popolazione turistica – gli anziani con maggior reddito e maggiore disponibilità di tempo libero, i giovani con una nuova modalità di viaggio fondata sul contenimento delle spese – producono ulteriori cambiamenti.

La tradizionale vacanza familiare si struttura in periodi di soggiorno più brevi e ripetuti, con un calo della fedeltà al luogo: inoltre alla villeggiatura familiare si aggiunge il turismo individualistico, in aumento. I luoghi di soggiorno non sono più quelli tradizionali, ma sono sostituiti da località nuove, in paesi esteri, non più soltanto europei, raggiunti con automobile e treno, ma in ogni località mondiale grazie al moltiplicarsi dei trasporti aerei tra-

dizionali e di quelli *low cost*. Al turismo d'arte nelle città e al turismo balneare, interno e montano, si affianca un turismo specifico, che ha per obiettivo moltiplicazione e instabilità degli incontri. Il turismo sessuale rappresenta un'evoluzione del precedente interesse a stringere amicizie e incontri sentimentali e amorosi, teso com'è alla realizzazione subitanea e fondato prevalentemente sul denaro. Quando noi sociologi elenchiamo, come tipologia del tempo libero, turismo d'arte, di svago, di cura e così via, non possiamo omettere che tra le finalità del soggiorno turistico, a tutte le età, quella dei giovanissimi come degli anziani, molto spesso è l'incontro amoroso, spontaneo o mercenario, sostenuto da una cultura dell'edonismo, straripante sui giornali, nei film e nelle televisioni di tutto il mondo.

I viaggiatori si sono gradualmente evoluti nei turisti di massa. Di questo tipo, proprio della società moderna, gli studiosi hanno dato diverse classificazioni, in rapporto alle località dei soggiorni, non soffermandosi molto sulla qualità sociale di questo turismo. Esso è stato attuato prima dai ceti borghesi, imitato poi dalla classe media e dei lavoratori più agiati, sommerso infine dalla folla di gente di ogni età e stato sociale. Negli anni recenti si è osservato che i senza casa delle grandi città nel periodo estivo si spostano per sopravvivere nella loro condizione di «barboni» nelle località di turismo.

È possibile tentare una comparazione tra il turismo di classe sociale e il turismo di massa, tale da individuare le diverse modalità di fruizione dei luoghi turistici e di interesse per le diversità culturali tra i due tipi.

Il sociologo Nicolò Costa ha discusso dei rapporti tra le figure del turista, del pellegrino e del turista religioso, interpretate da diverse teorie. Secondo la «teoria della divergenza» si tratterebbe di figure diverse: il turista di massa odierno sarebbe un viaggiatore di rango inferiore rispetto sia al viaggiatore del *Grand Tour* sia al pellegrino tradizionale; a esso mancherebbe una profonda ricerca spirituale che caratterizza sia l'intellettuale del Sette-Ottocento sul piano secolare sia il pellegrino medievale e tradizionale sul piano religioso (Costa, 2002, p. 621). Secondo un'opposta «teoria della convergenza», meno diffusa, il turista odierno «è anche una persona morale e non soltanto un consumatore [...] va alla ricerca di un centro e di un altrove fuori da qui [...] Il turismo assorbe qualcuna delle funzioni sociali della religione del mondo moderno [...] In conclusione il turista è metà pellegrino [...] Se il pellegrino è metà turista [...] anche quando si immerge nell'anonima folla delle spiagge [...] sta cercando un mondo quasi sacro, spesso simbolico» (Costa, 2002, p. 623).

Fattori del cambiamento turistico recente. – Alla luce di queste considerazioni, vediamo ora di esprimere una nostra ipotesi sul tema della relazione tra le diverse variabili da considerare aventi influenza sulla percezione del turista sulla cultura e sull'immagine dei luoghi visitati.

a) Il processo di evoluzione della distribuzione del reddito e della capacità di consumo. A diversi livelli il turista, nelle sue attività di visitatore, appartiene a ceti con capacità di consumo elevata, media e bassa, ma si connota in ogni caso per essere portatore di una capacità variabile di spesa e di consumo.

b) Il processo di mutamento della stratificazione sociale. Nel mondo sviluppato postindustriale si osserva un processo di divaricazione tra classi e strati sociali. La struttura di classe della società industriale si sviluppa verso una polarizzazione delle classi elevate, corrispondenti alle *élites* economiche, politiche e amministrative, e manifesta processi di impoverimento nella classi medie impiegatizie e nei ceti operai. In un saggio recente, Marc Augé ha descritto l'emergenza, al di sotto dei ceti medi tradizionali, di una classe di poveri e precari più lontani dal benessere, poco distanti dalla condizione delle classi inferiori, una «classe grigia» di senza futuro (Augé, 2008).

c) Il fenomeno dell'eterodirezione. Nella diffusione di questo recente tipo di personalità sociale, emerso ai suoi inizi nei ceti alti delle città americane, e poi diffusosi ovunque, messo in luce da David Riesman negli anni Quaranta, può essere individuato uno degli strumenti più efficaci del cambiamento di comportamenti: esteso in tutto il pianeta nei confronti degli appartenenti a tutti i ceti sociali, è veicolato dalla pubblicità, dalle trasmissioni radiofoniche e televisive, dalla diffusione della comunicazione tramite computer e telefoni cellulari, e dalla generale velocizzazione di tali strumenti di trasmissione e comunicazione.

d) Il cambiamento delle relazioni di genere. Il processo di graduale parificazione dei ruoli di genere e il conflitto in atto sul tema della preponderanza dei ruoli maschili nella politica, nel mondo delle professioni, nel ceto dirigente e in alcune posizioni, oltre che in occupazioni tradizionali di ceto basso, come i lavori nell'edilizia e l'occupazione in altri ruoli di carattere usurante, comporta ancora una diversificazione dei comportamenti (per esempio nel turismo sessuale, prevalentemente benché non unicamente maschile).

e) La dinamica demografica. Per effetto del generale miglioramento delle condizioni di vita e di salute nei paesi ricchi, si assiste alla partecipazione, sia nella produzione sia nel consumo anche in campo turistico, di strati più ampi di popolazione anziana. Questo fenomeno non riguarda, se non in parte, le popolazioni dei paesi meno sviluppati, dove si conserva ancora il modello demografico ad alta natalità e ad alta mortalità.

f) La distanza culturale tra generazioni. La distanza, che si esprime nel distacco culturale delle più giovani generazioni da quelle precedenti, sia nei rapporti familiari sia nella trasmissione di cultura, come nella scuola, nel lavoro e nell'uso del tempo libero, si esprime anche in comportamenti di diverse modalità di consumo, compreso quello del turismo.

Tutti questi fenomeni – in atto con modalità, intensità e velocità diverse nell'area dei paesi a economia postindustriale – sono meno apparenti nell'area dei paesi con sviluppo economico e possibilità di consumo inferiori. Benché non sia possibile proporre una generalizzazione, alcune popolazioni sviluppano varie forme di turismo attivo, altre popolazioni e altri luoghi invece subiscono il fenomeno in forme passive.

Questi processi, descritti partitamente ma concomitanti, generano società scarsamente strutturate, i cui componenti, compresi quelli che temporaneamente assumono il ruolo di turista, manifestano in prevalenza comportamenti di imitazione. Vi è tendenza in un gran numero di uomini e donne contemporanei a non essere veicolati da valori, norme di comportamento, abitudini e orientamenti di valore introiettati stabilmente, cioè autodiretti, ma a essere continuamente esposti a segnali esterni che hanno come unico risultato quello di impegnare l'individuo in un consumo frenetico delle proprie potenzialità vitali. I turisti contemporanei, che secondo tale analisi non possono più essere individuati nella propria situazione di classe e di ceto e neppure più in categorie rispetto ai luoghi del soggiorno, mettono in atto comportamenti di direzione multipla, anche contraddittori, rispetto alla percezione delle culture dei luoghi, ma anche nelle immagini o identità dei luoghi.

In questa ipotesi di analisi vengono a cadere le distinzioni e le classificazioni che i più importanti studiosi del settore – anche sociologi e antropologi – hanno faticosamente costruito. D'altra parte vale la pena ricordare come, una volta messo in atto un processo di costruzione di tipo ideale, esso debba continuamente essere verificato da prove di analisi empirica.

La complessità della percezione di una città turistica. – Le considerazioni che seguono sono basate su osservazioni condotte sul fenomeno turistico in una città, Roma, che si offre con diversi luoghi da visitare, come luogo di religione, di arte, di storia, centro di ricerca u-

niversitaria e culturale. La qualità del turista nella città d'arte può appartenere a diversi attori sociali, di varia provenienza (regionale, nazionale, estera): di alta estrazione sociale, di appartenenti alla classe politica nazionale e internazionale, al mondo culturale del teatro, del cinema, della televisione, che arrivano in genere con il trasporto aereo, soggiornano per tempi brevi o lunghi periodi, ospitati in abitazioni ricche o grandi alberghi; di persone e famiglie di ceto medio-alto e medio, in vacanza soli o con le famiglie, che alloggiano in alberghi, pensioni, in case di amici, talvolta in altri centri dell'area metropolitana e in *bed and breakfast*; altri sono giovani coppie o singoli, che viaggiano in treno, con mezzi pubblici, con motociclette.

A Roma gli appartenenti a questi diversi ceti, con maggiore o minore intensità, hanno come meta le visite ai palazzi, alle chiese e ai musei oppure la presenza a grandi eventi musicali e manifestazioni politiche. Alcune di queste hanno duplice valenza, come la Festa del Lavoro, il 1° maggio in Piazza San Giovanni, evento musicale e sindacale insieme. Altri, provenienti da diversi quartieri della città, dai centri minori prossimi e da altre località, si mobilitano in gruppi per partecipare alle molto pubblicizzate «notte bianche» (iniziativa sospesa nel 2008), in cui non succede niente di importante, oltre che caos, inquinamento anche notturno della città, file interminabili per l'ingresso gratuito ai musei, per poter dire: «Io c'ero». Roma, oltre a essere città d'arte e di religione, come capitale della Repubblica Italiana una volta all'anno celebra anche la Festa della Repubblica (già sospesa, poi ripristinata) il 2 giugno, con sfilata di rappresentanze delle forze armate in Via dei Fori Imperiali. Roma può essere considerata una città multifunzionale, come sono la maggior parte delle città mondiali, che permette una sua fruizione plurima.

Un turista «precario» può essere chiunque, in occasione di viaggi di studio o di affari, o di visite a parenti e amici, o di visite ospedaliere, decide di destinare alcune ore alla visita della città. L'uso culturale della città si estende alla valorizzazione di cibi locali considerati tipici: in testa la pizza e il gelato (tutto l'anno), ma anche piatti regionali tipici. La città svolge in questo anche attività che recentemente sono considerate componente importante del viaggio: il cosiddetto turismo enogastronomico, con i suoi itinerari dei cibi e dei vini.

In parallelo alle diverse forme di fruizione della città, si manifesta nel turista una costante attenzione agli incontri: tra ragazzi e ragazze, tra giovani e tra anziani. Sottrattisi alla ripetitività del quotidiano, uomini e donne, giovani e anziani, manifestano un'attenzione particolare non solo agli edifici, ma anche alle persone: il sottofondo dell'incontro o dell'avventura romantica ha accompagnato da tempo i turisti nelle località di vacanza. Le famiglie dei contadini meridionali immigrati per lavoro nella Riviera dei Fiori negli anni Cinquanta assistevano meravigliati agli incontri tra turiste tedesche sole che offrivano regali ai loro giovani compagni. Del resto la componente dell'incontro è stata largamente diffusa da sempre nelle feste paesane. In occasione delle feste estive del santo patrono i giovani maschi accorrevano dai paesi vicini per corteggiare le sorvegliatissime ragazze locali.

I diversi obiettivi del nuovo turismo. – Gli obiettivi di cultura del turismo hanno così raggiunto le aree più disparate, dalla visita ai musei più importanti alla degustazione dei prodotti locali, cui si aggiunge la presenza diffusa delle cucine nazionali. Ogni città, media o grande, ha oggi i suoi ristoranti cinesi, e ora anche giapponesi, messicani, brasiliani, come anche si moltiplicano ristoranti e trattorie di cucina regionale – sarda, siciliana, piemontese.

Il turismo viene oggi sollecitato da grandi eventi, posti in essere da promotori che hanno come scopo, non sempre secondario, di rafforzare le proprie credenze o di celebrare la propria identità, ma anche di attirare grandi masse al consumo – così l'Anno Santo del 2000

a Roma o le Olimpiadi a Pechino nel 2008: l'uno per celebrare la preghiera, il perdono e la fratellanza cristiana, l'altro per esaltare la competizione, il valore della sopraffazione, il trionfo della forza, la sconfitta dell'avversario. Non tutti gli eventi celebrano valori simili, ma in tutti si assiste agli sforzi delle organizzazioni per realizzare spettacolo, attirare masse e incrementare il consumo.

Il nuovo turista si muove alla ricerca di tutte le occasioni che gli sono offerte. È un turista multimediale, catturato dalle offerte dei *media* e delle agenzie di viaggio. Nell'esperienza turistica, a diversi livelli di preparazione culturale, persegue l'obiettivo di essere alieno da sé stesso. Alla disponibilità del nuovo turista fa riscontro la tendenza dei luoghi a organizzare la più ampia offerta di tutte le forme di spettacolo, divertimento, di evasione, di assicurazione. Il turismo sostiene così le economie del consumo di massa.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- AUGÉ M., *Una «classe grigia» di senza futuro: la profezia di Augé*, intervista di A. Torno, in «Corriere della Sera», Milano, 12 agosto 2008, p. 41.
- COSTA N., *Il turista, il pellegrino e il turista religioso*, in R. CIPRIANI e G. MURA (a cura di), *Il fenomeno religioso*, Roma, Urbaniana University Press, 2002, pp. 620-633.
- GOLDONI C., *La villeggiatura, 1756; Le smanie della villeggiatura, Le avventure della villeggiatura, Il ritorno dalla villeggiatura, 1761*, in C. GOLDONI, *Le opere*, a cura di A. MOMIGLIANO, Torino, Loescher, 1927.
- LATIESA M., *El turismo y Granada. Un análisis sociológico*, in *Granada y el turismo*, Granada, Ediciones Universidad de Granada, 2000, pp. 97-118.
- LATIESA RODRIGUEZ M., *El turismo en la sociedad contemporánea: diversificación, competitividad y desarrollo*, Armilla, Proyecto Sur de Ediciones, 2000.
- LAVARINI R., *Il pellegrinaggio cristiano*, Genova, Marietti, 1997.
- LEOTTA N., *Introduzione*, in *Approcci visuali di turismo urbano. Il tempo del viaggio, il tempo dello sguardo*, Milano, Hoepli, 2005, pp. 11-34.
- MARTINELLI F., *Condizioni di lavoro e di salute e conoscenze sulla salute dei lavoratori italiani. I metalmeccanici dell'Italsider di Taranto*, Roma, Istituto Italiano di Medicina Sociale, 1971.
- MARTINELLI F., *Condizioni di lavoro e di salute e conoscenze sulla salute dei lavoratori italiani. Gli edili nei cantieri di Roma*, Roma, Istituto Italiano di Medicina Sociale, 1973.
- MARTINELLI F., *Il turismo interno in Italia. Gli attori sociali e i luoghi turistici*, in «Sociologia Urbana e Rurale», Bologna, 2007, 52-53, pp. 74-83.
- MARTINELLI F., *La popolazione turistica. Percorsi e uso della città*, in F. MARTINELLI, *Città e scienze umane*, Napoli, Liguori, 2004, pp. 219-230.
- MARTINELLI F., *The Inner Tourism in Italy. Social Actors and Tourist Places*, in O. IAKO-BIDOU (a cura di), *Mediterranean Tourism beyond the Coastline: New Trends in Tourism and Social Organisation Places*, Salonicco, Ziti Publications, 2007, pp. 687-696.
- MARTINELLI F., *Sviluppo del territorio e tempo libero*, in C. STROPPIA (a cura di), *Sviluppo del territorio e ruolo del turismo*, Bologna, Pàtron, 1976, pp. 155-180.
- MARTINOTTI G., *Metropoli. La nuova morfologia sociale della città*, Bologna, Il Mulino, 1993.

- MERLINI G., *Problemi geografici del turismo in Italia*, in «Bollettino della Società Geografica Italiana», Roma, 1968, pp. 1-30.
- SAVELLI A., *Ambiente naturale e patrimonio culturale nei modelli di comportamento turistico*, in «Sociologia Urbana e Rurale», Bologna, 1997, 52-53, pp. 63-86.
- SAVELLI A., *Gli spazi del turismo nella società globale*, in ASSOCIAZIONE MEDITERRANEA DI SOCIOLOGIA DEL TURISMO, *Turismo territorio e identità. Ricerche ed esperienze nell'area mediterranea*, Milano, F. Angeli, 2004, pp. 5-28.
- SAVELLI A., *Sociologia del turismo*, Milano, F. Angeli, 1996 (IV edizione), pp. 46 e ss.
- SYLOS LABINI P., *Le grandi classi sociali in Italia*, in *Saggio sulle classi sociali*, Roma-Bari, Laterza, 1974, pp. 153-160.
- VITIC A., *L'influenza della globalizzazione sul turismo*, ASSOCIAZIONE MEDITERRANEA DI SOCIOLOGIA DEL TURISMO, *Turismo territorio e identità. Ricerche ed esperienze nell'area mediterranea*, Milano, F. Angeli, 2004, pp. 357-359.

EVOLUTION OF TOURIST ATTENDANCE, PERCEPTION OF MATERIAL STRUCTURES AND CULTURAL MEANINGS OF PLACES. A SOCIOLOGICAL PERSPECTIVE. – The evolution of tourist attendance is conducted through the analysis of tourist flows, the highlighting of tourist regions, the adaptation to the landscape evolution and through the more properly sociological analysis concerning the development of different types of tourism and length of stay, with its components of social stratification and mobility. The effects of tourism in postindustrial society are described with reference to: change in income distribution, in social stratification and social relations, demographic dynamics, the distance between generations and the influence of hetero-direction. The perception of the cultural meanings of places is described with reference to the aims of the new tourism, consisting in re-inforcing beliefs and contributing to consumption expansion.

Università di Roma «La Sapienza», Dipartimento di Sociologia e Comunicazione

franco.martinelli@uniroma1.it