



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PALERMO

DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE, AZIENDALI E FINANZIARIE

Dottorato di Ricerca in Scienze del Turismo: Metodologie, modelli e politiche

LE *SIMBOLIZZAZIONI AFFETTIVE* DELLE AREE NATURALI PROTETTE: ANALISI DEI PROCESSI COLLUSIVI PER UN TURISMO RESPONSABILE

Il caso studio della Riserva Naturale Orientata dello Zingaro

Settore scientifico disciplinare: MPSI-05

TESI DI
Alessandra Di Caccamo

COORDINATORE DEL DOTTORATO
Ch.ma Prof.ssa Anna Maria Parroco

TUTOR
Ch.ma Prof.ssa Costanza Scaffidi Abbate

CICLO XXIII - ANNO ACCADEMICO 2010/2011

DOTTORATO



Indice

Introduzione	4
Capitolo I	
Le aree naturali protette, la sostenibilità e il turismo responsabile	8
1. 1. L'area naturale protetta: da meta turistica a strumento di sviluppo sostenibile del territorio	9
1. 2. I principi della sostenibilità del turismo e la loro applicazione ai luoghi protetti	13
1. 3. Dalla sostenibilità del turismo alla responsabilità: l'incontro con l' <i>Altro</i> e il confronto con la diversità	20
1. 4. Riflessioni e possibili sviluppi	23
Capitolo II	
Le percezioni degli <i>stakeholder</i> e la relazione individuo-contesto	26
2. 1. Stakeholder, sostenibilità turistica e responsabilità	27
2. 2. Gli stakeholder e la relazione con il luogo	31
2. 3. Le <i>simbolizzazioni affettive</i> nella relazione individuo-contesto: un'ipotesi interpretativa per lo studio del fenomeno turistico	34
Capitolo III	
L' <i>Analisi Emozionale del Testo</i> (AET): l'applicazione di uno strumento psicologico per un turismo responsabile nelle aree naturali protette	44
3. 1. Premesse teoriche	45
3. 1. 1. L'analisi del discorso: l'approccio psicosociologico	45
3. 1. 2. L'AET: il modello di Renzo Carli e Rosa Maria Paniccia	47
3. 2. Aspetti metodologici	51

Capitolo IV

La ricerca	56
4.1. Il caso studio	56
4. 1. 1. L'area naturale protetta	57
4. 1. 2. L'Ente Gestore	60
4. 1. 3. I Comuni	61
4.2. Il metodo	66
4.3. I soggetti coinvolti	70
4.4. Analisi e risultati preliminari	76

Capitolo V

Analisi della <i>Cultura Locale</i> della Riserva Naturale Orientata dello Zingaro	93
5. 1. La preparazione del corpus e la scelta delle <i>parole dense</i>	93
5. 2. I <i>Repertori Culturali</i> e lo <i>Spazio Culturale</i> emergenti	95
5. 2. 1. Il Repertorio Culturale 1: L'appartenenza al luogo e la relazione con l' <i>Altro</i>	96
5. 2. 2. Il Repertorio Culturale 2: La comunità locale e la gestione delle risorse	106
5. 2. 3. Il Repertorio Culturale 3: Il rapporto con la natura e il controllo sull' <i>Altro</i>	113
5. 2. 4. Il Repertorio Culturale 4: La cultura del turismo e l'incontro con l' <i>Altro</i>	119
5. 2. 5. Lo Spazio Culturale	128

Capitolo VI

Forme di intervento psicologico per la promozione di un turismo responsabile nella Riserva Naturale Orientata dello Zingaro	133
6. 1. L'incontro con la <i>domanda di realtà</i>	134
6. 2. <i>Modelli Culturali in Gioco</i> : la restituzione dei dati	138
6. 3. La formazione e la sensibilizzazione	141

6. 4. <i>L'empowerment</i> di comunità	143
6. 5. Altri possibili interventi	144
Conclusioni	147
Riferimenti bibliografici	149
Appendice A	
A.1. La Carta Europea del Turismo durevole nelle Aree Protette	161
Appendice B	
B.1. Traccia dell'intervista semistrutturata ai residenti	179
B.2. Traccia dell'intervista semistrutturata ai turisti	180
B.3. Traccia dell'intervista semistrutturata agli operatori Ente Gestore	181
Appendice C	
C.1. Esempi di trascrizione dell'intervista semistrutturata ai residenti	182
C.1.1. Trascrizione intervista n°50_290611	182
C.1.2. Trascrizione intervista n°58_010711	185
C.2. Esempi di trascrizione dell'intervista semistrutturata ai turisti	189
C.2.1. Trascrizione intervista n°89_090711	189
C.2.2. Trascrizione intervista n°96_140711	191
C.3. Esempi di trascrizione dell'intervista semistrutturata agli operatori dell'Ente Gestore	193
C.3.1. Trascrizione intervista n°07_160511	193
C.3.2. Trascrizione intervista n°17_180511	197

Introduzione

Il turismo non è soltanto un'attività economica. Non è solo una maniera di trascorrere il tempo libero. Non porta con sé solo profitto e possibilità di sviluppo economico per le popolazioni che abitano le aree territoriali che ne diventano oggetto; né tanto meno rappresenta esclusivamente un'occasione di svago e di allontanamento (seppur momentaneo) dalla rassicurante ed al tempo stesso soffocante routine. È altresì una fondamentale opportunità di crescita e di contatto con la *diversità*. Una diversità che prende forma attraverso molteplici sfumature e declinazioni. Che trova espressione nelle differenze di cultura, tradizione, visione del mondo e modalità di comportamento. Una diversità che attraversa profondamente chi decide di intraprendere un viaggio, entrando a contatto con parti di sé ancora sconosciute o semplicemente dimenticate (o messe in disparte) a causa della frenetica corsa contro il tempo che sembra sempre più caratterizzare la vita della nostra società contemporanea. Una diversità che coinvolge anche chi si trova a condividere spazi e risorse del proprio territorio con una massa di sconosciuti visitatori. Il turismo è un fenomeno “trasversale”, in grado di influenzare i vari aspetti della vita di una collettività e di coinvolgere differenti tipologie di stakeholder; la cui serena convivenza rappresenta una sorta di garanzia sugli esiti e sulla possibile riuscita a lungo termine di tale attività sul territorio. Per far in modo che le esigenze e i bisogni di tutti siano rispettati è necessario, innanzitutto che essi trovino espressione, che siano ascoltati, accolti ed esplicitati e che ciascuna delle parti in causa riconosca alle altre (e non solo a se stessa) il diritto di vedere rispettate e soddisfatte le proprie necessità, nel pieno rispetto del luogo e delle attività che avvengono al suo interno. È proprio la condivisione del luogo che costituisce un'essenziale occasione di incontro, racchiudendo nella splendida cornice fatta di paesaggi unici ed irripetibili, l'opportunità di crescita relazionale che ha origine dal confrontarsi con l'*altro da sé*.

Ed è proprio per consentire la valorizzazione dell'unicità del luogo, dovuta alle sue straordinarie caratteristiche ambientali e geografiche, ma anche al

patrimonio storico culturale che da esse non può essere mai scisso, che diviene fondamentale scoprire (o riscoprire) l'importanza della relazione autentica con l'altro, della comunicazione, del rispetto, della cooperazione e della collaborazione finalizzati al raggiungimento del benessere comune. La natura complessa del fenomeno turistico, d'altra parte, è tale che la trascuratezza anche di un solo aspetto incide negativamente su tutti gli altri, compromettendo inevitabilmente la sua riuscita a lungo termine. Il dibattito internazionale in materia di sostenibilità, infatti, ha posto l'accento sulle importanti ricadute ambientali (e non solo) di tale fenomeno, originate dalla cattiva o addirittura manchevole gestione delle risorse, e sulla necessità di non rimandare ulteriormente l'assunzione di responsabilità delle diverse parti in causa.

L'idea di realizzare questo contributo di ricerca nasce pertanto dal desiderio di chi scrive di indagare le dinamiche emozionali che sottendono alla relazione tra stakeholder nella contesa condivisione del territorio, alla fiduciosa ricerca di percorsi di convivenza possibili, basati sul rispetto dell'altro e sulla consapevolezza delle conseguenze del proprio agire. Con questo lavoro si intende proporre quindi una diversa prospettiva di indagine ed intervento fondata su un approccio psicosociologico allo studio del fenomeno turistico nelle aree naturali protette, mediante l'applicazione di una metodologia di ricerca qualitativa (l'AET) ad un caso-studio (la Riserva Naturale Orientata dello Zingaro). L'approccio proposto consente, infatti, di analizzare i vissuti emozionali condivisi in un determinato contesto oggetto di studio e rende possibile in particolare comprendere le dinamiche emozionali e le rappresentazioni affettive dei protagonisti coinvolti (in questo caso, i diversi stakeholder: l'ente gestore, residenti e turisti), che possono influire negativamente sull'attuazione e realizzazione di interventi e piani di sviluppo sostenibile e responsabile del fenomeno turistico sul territorio. I vissuti emozionali agiti nella relazione con il contesto, in quanto al di fuori della consapevolezza degli attori sociali che li mettono in atto, costituiscono infatti delle potenti forme di resistenza in grado di compromettere l'esito di qualsiasi processo di pianificazione dello sviluppo del turismo sul territorio, comportando spesso un preoccupante spreco delle risorse

investite ed un logoramento della qualità del rapporto turista-residente. La ricerca, tramite il coinvolgimento degli stakeholder locali, ha consentito di mettere in evidenza, innanzitutto gli elementi di crescita e di sviluppo, riscontrati all'interno del sistema collusivo indagato, ma ha anche sottolineato che la gestione del territorio e del fenomeno turistico, in grado di rispettare la natura e le esigenze di tutti, sembra essere attualmente un mero suggerimento che viene da lontano, qualcosa che seppur si conosce, appare ancora essere non condiviso. Alla luce del processo collusivo in atto fra i protagonisti coinvolti, sono stati quindi elaborati e proposti alcuni possibili interventi, per favorire la conoscenza, da parte degli attori locali, delle dinamiche emozionali in corso e rintracciare altresì adeguate soluzioni in grado di favorire la promozione e lo sviluppo di un turismo, sul territorio oggetto di analisi, che tenga realmente conto delle necessità e delle esigenze di tutti gli stakeholder coinvolti.

Il contributo, che ha avuto origine da tale lavoro di ricerca, è così composto da sei capitoli, raggruppabili in due parti fondamentali. La prima parte, costituita dai primi tre capitoli, è dedicata alla descrizione del quadro teorico di riferimento e dei presupposti metodologici su cui si è fondato il progetto di ricerca realizzato. La seconda parte, comprendente gli ultimi tre capitoli, di contro, è totalmente dedicata alla descrizione della ricerca svolta sul campo, all'analisi dei dati raccolti e alle possibili applicazioni dei risultati ottenuti. In particolare, nel primo capitolo, considerando i principi della sostenibilità e le più recenti elaborazioni in materia di turismo responsabile, viene attribuita all'area protetta un'interessante opportunità di promozione turistica che sappia integrare il rispetto per l'ambiente con la capacità di entrare in relazione con l'altro. Il secondo capitolo è dedicato alle percezioni degli stakeholder ed alle loro possibili ricadute in materia di gestione e pianificazione dell'attività turistica sul territorio, sottolineando particolarmente gli effetti della relazione con il luogo e le inevitabili dinamiche emozionali emergenti nella *relazione individuo-contesto*. Nel terzo capitolo, ipotizzandone una fertile applicazione nello studio del fenomeno turistico, vengono descritti i presupposti teorici e gli aspetti metodologici che caratterizzano lo strumento dell'*Analisi Emozionale del Testo*. La cura dedicata

alla prassi metodologica adottata nasce dalla convinzione che fare ricerca significhi innanzitutto condividere e comunicare alla comunità scientifica i procedimenti adottati, al fine ultimo di favorire la condivisione ma anche il confronto, nel percorso mai concluso verso la conoscenza. Nel quarto capitolo viene presentato il contributo di ricerca realizzato sul campo, descrivendo le peculiari caratteristiche del caso-studio considerato e presentandone altresì i risultati principali dell'analisi del contenuto e le differenze emergenti tra i soggetti coinvolti. Il quinto capitolo è totalmente dedicato alla descrizione dei risultati ottenuti mediante l'applicazione dell'AET, con una dettagliata descrizione dei *Repertori Culturali* emergenti e dello *Spazio Culturale* che sembra caratterizzare il contesto oggetto di studio. Infine, l'ultimo capitolo (il VI) presenta le ricadute operative elaborata da chi scrive, sulla base della ricerca condotta, considerando la psicologia una scienza finalizzata all'intervento nel reale, al fine ultimo di garantire al maggior numero di persone un vissuto di benessere e di soddisfazione, tentando di colmare per quanto possibile il perenne gap esistente tra ricerca accademica ed utilizzabilità dei dati raccolti per gli addetti ai lavori.

Augurandosi di suscitare nel lettore interessanti spunti di riflessione, chi scrive desidera presentare un percorso conoscitivo che, senza nessuna pretesa di esaustività, getti una luce diversa sul fenomeno turistico, ritenendo la relazione con l'Altro una conquista indubbiamente preziosa e in quanto tale desiderabile.

Capitolo I

Le aree naturali protette, la sostenibilità e il turismo responsabile

Le aree naturali protette costituiscono oggi una fondamentale forma di attrazione per i turisti di tutto il mondo. All'interno del dibattito internazionale degli ultimi due decenni, profonda è stata altresì l'attenzione rivolta alla questione ambientale e alle possibili ricadute, dannose per l'ambiente e per le popolazioni locali, determinate dall'industria turistica. Le aree naturali protette da mere attrazioni per i turisti particolarmente interessati al contatto con una natura ancora incontaminata e tutelata dai feroci interventi umani, possono divenire oggi luoghi fondamentali per la promozione e lo sviluppo di territori che, nonostante le proprie potenzialità, non siano ancora riusciti ad organizzare e gestire adeguate politiche di sviluppo sostenibile.

Lo sviluppo sostenibile all'interno di un'area protetta deve prevedere la capacità di trovare un punto di equilibrio tra, da una parte, l'esigenza di salvaguardia dell'ambiente e di conservazione degli ecosistemi e, dall'altra, la possibilità di fruire e di poter godere delle bellezze naturali del territorio (Tessaro, 2006). Ma stabilire quanto e come si possa godere del luogo, nel pieno rispetto degli ecosistemi e della biodiversità, è sicuramente un'ardua impresa!

La presenza antropica, seppur gestita e ridotta al minimo indispensabile, agisce comunque sui luoghi, apportando modifiche inevitabili. D'altra parte la condizione di protezione di un determinato territorio non può indurre l'Ente gestore a proibire l'accesso alla popolazione locale o ai visitatori, essendo i luoghi protetti patrimonio dell'intera umanità. Diversi e complessi sono pertanto i vissuti emozionali associati a tali territori, nonché alla presenza di turisti e visitatori, a volte percepiti dai residenti locali come invadenti ed usurpatori dei propri spazi, dei proprie servizi ed infrastrutture, ma che rappresentano al tempo stesso l'unica risorsa economica possibile, inducendo ad un'ambivalente accettazione del “male minore”. Un importante contributo alla risoluzione di tale delicata questione può essere apportato prendendo in considerazione le proposte emerse all'interno del

dibattito nazionale ed internazionale in merito allo sviluppo sostenibile e alla pratica di un turismo responsabile dei luoghi e delle persone.

Ma procediamo con ordine...

1. 1. L'area naturale protetta: da meta turistica a strumento di sviluppo sostenibile del territorio

Le aree protette sono considerate un'importante risorsa per l'industria turistica globale, in quanto fonte di attrazione per un numero di turisti in costante crescita (Buckley, 2003). Costituiscono, infatti, un fondamentale attrattore turistico per tutti coloro i quali desiderano trascorrere il proprio tempo libero a contatto con una natura incontaminata. La denominazione stessa di *area protetta* sembra rappresentare nell'immaginario collettivo una sorta di “garanzia di qualità”, costituendo sempre più spesso un fortissimo richiamo, indicato da amici e conoscenti, nonché dalle guide turistiche e dépliant informativi, come un vero e proprio *must*, e in quanto tale, assolutamente imperdibile per chi si trova a trascorrere le vacanze in un territorio diverso dal proprio. L'antropologo Canestrini (2001), analizzando i paradossi intrinseci al turismo di massa, considera la *dialettica della contaminazione* la tendenza propria dei turisti a ricercare luoghi incontaminati, alimentata essa stessa dal *mito della verginità da svelare* e che tuttavia priva di ogni valore qualsiasi luogo che sia già stato frequentato da altri, instillando una vera e propria *turistofobia*, che induce a temere gli effetti di un *inquinamento da folla*. L'area naturale protetta quindi probabilmente sembra garantire la possibilità di vivere un'esperienza in un ambiente che ancora non ha subito gli effetti della presenza antropica e che la condizione di protezione stessa sembra sottrarre alla devastazione della folla e della massa di vacanzieri diffusi ormai in tutto il mondo.

In Italia la classificazione delle aree protette è stata regolamentata mediante la *legge quadro 394/91*, che ha istituito l'*Elenco ufficiale delle aree protette* (costantemente aggiornato), in cui vengono inserite le aree che corrispondono ai criteri stabiliti dalla Comitato Nazionale per le aree protette. In tale classificazione sono distinte sei categorie fondamentali:

- Parchi nazionali;
- Parchi naturali regionali ed interregionali;
- Riserve naturali;
- Zone umide di interesse internazionale;
- Altre aree naturali protette.

Nel complesso, le aree naturali protette occupano nel nostro paese circa il 15% del territorio nazionale e il 30% di zone costiere¹.

Alcune tipologie di aree protette sembrano essere più note ai turisti, rispetto alle altre, probabilmente a causa delle attività promozionali finora realizzate a riguardo. Etichette quali *parco nazionale* e *patrimonio mondiale* sono, ad esempio, già ampiamente utilizzate nella promozione turistica e nel marketing (Palmer, 1999). Secondo Eagles (2001)² tali etichette costituiscono dei veri e propri marchi (*brand*), fortemente attrattivi per i turisti, in quanto evocano alla mente una chiara rappresentazione del tipo di prodotto/attrazione a cui fanno riferimento. Reinius e Fredman (2007) hanno dimostrato, mediante un'indagine empirica, che diverse tipologie di aree protette (parco nazionale, riserva naturale, patrimonio mondiale, etc) influenzano in modo differente la percezione e il comportamento del turista, a seconda delle informazioni diffuse a riguardo e dei significati attribuiti ad esse negli specifici luoghi.

L'area naturale protetta è considerata la meta per eccellenza di coloro i quali desiderano praticare il cosiddetto *ecoturismo*, il quale viene considerato una modalità responsabile di viaggiare all'interno delle aree protette, conservando l'ambiente e sostenendo il benessere della popolazione locale³. Come mette in evidenza Canestrini (2001) l'ecoturismo, non solo consente di esperire le emozioni che derivano dal contatto con la natura, ma può divenire altresì un vero e proprio strumento di conservazione. Dimostrazione di ciò, sono i casi di buona gestione delle aree protette, caratterizzati dal reinvestimento del denaro chiesto ai visitatori per l'ingresso, al fine di attuare nuovi progetti di salvaguardia e tutela ambientale

¹ Dati rilevati dal sito ufficiale dell'Enit- Agenzia Nazionale del Turismo: <http://www.enit.it/>

² Citato in Reinius & Fredman (2007).

³ Secondo la definizione proposta dall'International Ecotourism Society.

nella medesima area. Tuttavia l'ecoturismo viene a volte utilizzato dagli operatori del settore come una mera *esca ideologica*, nascondendo dietro l'etichetta "eco" viaggi ed offerte turistiche che ben poco hanno a che vedere con il rispetto dell'ambiente, della biodiversità e delle comunità locali (*ivi*). È bene, pertanto, ricordare che «Non bisogna mai perdere di vista il fatto che ogni forma di turismo, anche quello legato alle aree protette, provoca esternalità negative. L'ecoturismo è un fenomeno comunque di nicchia e genera la sua parte di problemi ambientali e sociali» (Tessaro, 2006, p. 96). Secondo Tessaro, tali problematiche possono essere gestite ed arginate, per garantire una maggiore sostenibilità dello sviluppo turistico delle zone protette, «[...] agendo su *fattori strategici* quali la qualità delle imprese operatrici, il livello di formazione delle guide e l'educazione ad un comportamento corretto per i turisti. Questo perché quando il processo turistico non è governato lascia dietro di sé strascichi che possono essere molto pesanti» (*ivi*, p. 97). Una cattiva, o peggio ancora, una mancata gestione dell'industria turistica su un dato territorio può determinare, infatti, un impatto talmente negativo sull'ambiente e/o sulla comunità locale da compromettere inevitabilmente la futura attrattività del luogo come destinazione turistica. L'attrattività, d'altra parte, non può essere considerata esclusivamente un *presupposto territoriale* dal quale ha origine l'attività e la promozione turistica di una specifica località, ma deve essere considerata altresì un *prodotto collettivo*, in quanto esito dell'*interazione dinamica e sistemica tra tutti gli attori locali*, coinvolti in maniera diretta ed indiretta, al fine di apportare benefici economici, sociali, culturali ed ambientali in grado di migliorare significativamente il benessere e la qualità della vita della comunità locale, sia nel presente che nel futuro. Un'attrattività che inevitabilmente richiama alla mente il concetto di sostenibilità e di riproducibilità nel tempo dell'attività turistica, in assenza di *alterazioni irreversibili* che possano modificare negativamente gli equilibri ambientali e territoriali (Pollice, Spagnuolo, 2009). Pertanto, un'*attrattività sostenibile*, definita come «[...] una attrattività turistica che tragga il proprio fondamento dalla valorizzazione delle specificità del contesto locale e dei suoi fattori di eccellenza, nel rispetto delle vocazioni territoriali e dei limiti posti dalla

conservazione degli ecosistemi di riferimento, evitando che interventi di adeguamento e/o ampliamento del quadro attrattivo possano determinare compromissioni ambientali e territoriali irreversibili» (ivi, p. 58). Dunque, come mettono in evidenza Pollice e Spagnuolo (ivi), l'attrattività di un territorio acquista un *valore strumentale* che consente il raggiungimento di uno sviluppo sostenibile dell'attività turistica locale, in quanto *prodotto collettivo*, espressione dell'agire non solo degli attori che operano nel settore, ma anche della comunità locale e conseguibile quindi solo mediante il coinvolgimento e l'interazione di tutti.

In particolare, l'area naturale protetta può essere considerata una *comunità*, sulla quale convergono tre distinte sfere interagenti tra loro: la sfera sociale, economica ed ambientale (Tessaro, 2006). Come specifica lo stesso Autore, la *sfera sociale* è caratterizzata dai residenti del luogo e il loro patrimonio socio-culturale, l'Ente preposto alla gestione dell'area protetta, i Comuni e le loro Amministrazioni, nonché i turisti in vacanza sul posto e più in generale tutti i fruitori dell'area. La *sfera economica* concerne le attività svolte all'interno dell'area protetta e il *capitale costruito* (le infrastrutture, il patrimonio storico ed architettonico, etc.). Infine, la *sfera ambientale* fa riferimento agli ecosistemi e alla biodiversità che la caratterizza. Su ciascuna delle tre sfere il fenomeno turistico agisce in maniera complessa e trasversale, determinando impatti sia positivi che negativi, difficilmente scindibili gli uni dagli altri (*ibidem*). «Tuttavia, se opportunamente indirizzata verso i criteri di sostenibilità, se slegata dal breve periodo, quella del turismo può essere un'industria rinnovabile, in grado di mantenere le risorse su cui si basa, se non addirittura di contribuire ad un miglioramento delle stesse. A nostro avviso, le aree protette sono tra i soggetti che meglio di altri possono interpretare questa sfida, sia per la naturale predisposizione alla specializzazione di gestioni alternative del territorio che per tradizione culturale» (ivi, p. 111). Le aree protette potrebbero così divenire delle importanti leve di cambiamento, promotrici di uno sviluppo locale, che gli sappia attribuire il ruolo di guida, in grado di tener presente le esigenze e i punti di vista dei diversi stakeholder, favorendo la negoziazione e il raggiungimento di scelte condivise, attraverso l'attuazione di modelli gestionali che si basino sui principi

della sostenibilità.

A tal riguardo, diversi sono gli strumenti e i codici che sono stati elaborati in ambito internazionale, sia in generale, ma anche con più specifico riferimento ai luoghi protetti, al fine di fornire delle linee guida che possano determinare, più che una mera applicazione operativa, un vero e proprio cambiamento nel modo di pensare e concepire lo sviluppo del turismo, salvaguardando il territorio e le peculiarità sociali e culturali che gli sono proprie. Tale tematica sarà quindi oggetto di approfondimento nel paragrafo che segue.

1. 2. I principi della sostenibilità del turismo e la loro applicazione ai luoghi protetti

Come ricorda Liu (2003), il concetto di *sostenibilità* ha avuto origine all'interno del dibattito ambientale degli anni '70, in riferimento all'attenzione rivolta alla conservazione del pianeta Terra e all'utilizzo delle risorse naturali. L'Autore, inoltre, ha messo in evidenza che la nozione di *sviluppo sostenibile* è stata esplicitamente presentata per la prima volta dall'*International Union for the Conservation of Nature and Natural Resources* (IUCN, 1980), ma definita solo successivamente, all'interno del famoso rapporto Brundtland, come una forma di «sviluppo che soddisfa i bisogni del presente senza compromettere la capacità delle generazioni future di soddisfare i propri bisogni» (WCED⁴, 1987, p. 43, *traduzione nostra*⁵). E lungi dal rappresentare una condizione statica di armonia tra le esigenze del presente e del futuro, che una volta raggiunta viene mantenuta per sempre, tale forma di sviluppo costituisce un processo dinamico, costantemente in fase di svolgimento (*ibidem*). Per tale motivo diviene fondamentale poter valutare e monitorare il processo e il percorso compiuto *in itinere*, al fine di comprendere se e quanto ci si stia avvicinando all'ambita meta e poter così eventualmente intervenire, compiendo le scelte appropriate.

McCool et al. (2001), in base ad un'indagine condotta su un campione di professionisti operanti nel settore turistico, hanno proposto un'interessante

⁴ World Commission on Environment and Development.

⁵ «[...] development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs».

riflessione sui diversi significati attribuiti alla sostenibilità turistica, mettendo in evidenza che le diverse declinazioni del termine sostenibilità in tale settore potrebbero assumere differenti valenze, facendo riferimento a, rispettivamente:

- il modo in cui l'industria turistica stessa potrebbe essere sostenuta e mantenuta nel lungo periodo;
- gli effetti economici, sociali e culturali dovuti allo sviluppo del turismo;
- particolari tipologie di turismo, condotte su scala ridotta e rispettose dell'ambiente e delle comunità ospitanti.

Secondo Mathieson e Wall (2006; citato in Reddy, 2008, p. 558) il concetto stesso di sviluppo sostenibile può essere considerato un ossimoro, poiché mette insieme idee contrastanti che non possono essere conciliate. Liu (2003) afferma che con la nozione di turismo sostenibile si intende far riferimento al contributo apportato all'economia e alla società dalla crescita del turismo, ma anche all'impiego e all'uso (sostenibile, appunto) delle risorse e dell'ambiente. Inoltre, proponendo una lettura critica di tale concetto, l'Autore ha notato che all'interno del dibattito internazionale sono stati trascurati degli aspetti importanti del fenomeno turistico:

- l'influenza della domanda turistica;
- la natura complessa delle risorse turistiche;
- l'importanza di un'equa distribuzione di costi-benefici, a livello intragenerazionale, tra i diversi stakeholder ed attori sociali coinvolti;
- il ruolo svolto dal turismo nella promozione del progresso socioculturale.

Tali aspetti non possono essere certamente sottovalutati nell'elaborazione e pianificazione di attività turistiche che abbiano la pretesa di essere considerate sostenibili e che richiedono, pertanto, la meritata attenzione da parte del dibattito internazionale sullo sviluppo sostenibile del turismo.

La sostenibilità turistica appare essere pertanto un *concetto sfumato*⁶ (Mathieson, Wall, 2006, pp: 290-291; citato in Reddy, 2008, p. 558) ed intriso di un'ambiguità definitoria che inevitabilmente incide sulla possibilità di poter elaborare modelli di intervento e di sviluppo, che possono trovare realmente fondamento nei principi della sostenibilità. La sostenibilità del turismo potrebbe quindi essere considerata una nozione lapalissiana dal punto di vista teorico, indicando una condizione a cui inevitabilmente dovrebbe tendere lo sviluppo dell'industria turistica per non correre il rischio di distruggere in poco tempo la sua stessa ragione d'essere, danneggiando irrevocabilmente le sole risorse (l'ambiente naturale e il benessere delle persone che vivono nel luogo) che possano garantire la prosecuzione nel tempo di tale attività. Ciò nonostante, lo sviluppo sostenibile del turismo è difficilmente operazionalizzabile in pratiche e modelli di azione che possano costituire una guida facilmente applicabile, in maniera indifferenziata, in qualsiasi luogo e contesto, correndo spesso il rischio di replicare modelli di sviluppo che hanno dimostrato una certa efficacia su un dato territorio, in contesti altri, determinandone un inevitabile fallimento.

Canestrini, in maniera provocatoria, osserva che: «È pur vero che usare la parola sostenibile è diventata quasi una moda. Pazienza, anche se è il colmo: assistiamo al successo di un concetto, quello di turismo sostenibile, che a furia di essere ripetuto si è inflazionato ancora prima di essere applicato» (2001, p. 63). L'Autore specifica altresì che la *World Tourism Organization* ha individuato nelle cosiddette *tre E*⁷ le caratteristiche assolutamente indispensabili perché si possa parlare di turismo sostenibile, ponendo l'accento sulla protezione delle risorse ambientali, sul benessere per le popolazioni locali, sia in termini di reddito che di qualità della vita, e sulla garanzia di un'esperienza di qualità per i visitatori del luogo. Ed osserva a tal proposito che soltanto «Sui parametri ambientali del turismo sostenibile c'è più accordo che sugli altri fattori, forse perché il degrado avviene sotto gli occhi di tutti. L'etica, in questo caso, è vista più come attenzione all'elemento umano, ai residenti, che come insieme di norme di condotta. Quanto all'economia, si correla alle esperienze di qualità, che nella maggior parte dei casi

⁶ Traduzione nostra di «fuzzy concept».

⁷ *Environment* (ambiente), *Ethics* (etica) ed *Economy* (economia).

si pagano più care dei servizi standard» (*ivi*, p. 66).

In conformità ai principi enunciati dalla Carta mondiale del turismo durevole, elaborata nel 1995 a Lanzarote, e seguendo le priorità mondiali ed europee espresse dalle raccomandazioni dell'Agenda 21, adottate in occasione del Summit della Terra svoltosi a Rio de Janeiro nel 1992 e del V Programma Comunitario di azioni per lo sviluppo durevole, un gruppo costituito dai rappresentanti europei delle aree protette, del settore turistico e dei loro partner ha elaborato la *Carta Europea del Turismo durevole nelle Aree Protette*⁸. Specificando che il termine durevole deve essere inteso come sinonimo di sostenibile, l'obiettivo che con tale Carta ci si propone di realizzare è quello di favorire un'applicazione concreta del concetto di sviluppo durevole, inteso come uno sviluppo in grado di soddisfare i bisogni delle generazioni attuali, senza compromettere la capacità delle generazioni future di soddisfare i propri. Una forma di sviluppo che deve portare, pertanto, alla protezione delle risorse a favore delle generazioni future, ad uno sviluppo economico vitale ed uno sviluppo sociale equo. I soggetti firmatari della Carta si impegnano dunque a realizzare una strategia a livello locale che possa indurre ad un *turismo durevole*, inteso come «qualsiasi forma di sviluppo, pianificazione o attività turistica che rispetti e preservi nel lungo periodo le risorse naturali, culturali e sociali e contribuisca in modo equo e positivo allo sviluppo economico e alla piena realizzazione delle persone che vivono, lavorano o soggiornano nelle aree protette»⁹. La Carta mette in evidenza, altresì, che il turismo possa divenire uno *strumento privilegiato*, al fine di sensibilizzare al *rispetto dell'ambiente* un pubblico sempre più vasto, costituendo al tempo stesso una considerevole potenzialità per il mantenimento e il recupero delle attività economiche tradizionali in un determinato territorio e per il miglioramento della qualità della vita delle comunità locali. L'area protetta che aderisce alla Carta deve privilegiare la coerenza delle azioni proposte e condotte sul territorio, operando secondo una prospettiva a lungo termine. Altresì, deve favorire l'azione concertata e la ripartizione delle responsabilità con i

⁸ Per il testo integrale della Carta, si rimanda all'Appendice A del presente lavoro.

⁹ Cft. Appendice A.1, a pagina 161 del presente lavoro.

rappresentanti del settore turistico, degli altri settori economici, gli abitanti del territorio e le autorità locali che agiscono a vario titolo sul territorio, al fine ultimo di rafforzare l'efficacia della propria missione di tutela e salvaguardia dell'ambiente. La Carta stessa si propone come strumento di attivazione del partenariato tra l'Ente Gestore, gli operatori turistici, gli organizzatori di viaggi e gli altri protagonisti locali, favorendo cooperazioni intense e leali, mediante la ripartizione delle responsabilità e la definizione degli impegni individuali e collettivi. All'ente gestore dell'area protetta è quindi affidato il compito di effettuare una diagnosi dei bisogni del territorio, distinguendoli in problemi ed opportunità. La diagnosi dovrà essere sottoposta all'elaborazione, approvazione ed accettazione dei partner coinvolti. Sulla base di tale diagnosi sarà definito l'orientamento turistico più adeguato al territorio nel suo insieme e nella sua complessità. L'ente gestore dovrà infine definire una strategia di sviluppo turistico durevole, condivisa da tutti i protagonisti locali, che stabilisca gli obiettivi da raggiungere in materia di:

- difesa e valorizzazione del patrimonio;
- sviluppo economico e sociale;
- protezione e miglioramento della qualità della vita degli abitanti;
- controllo dell'affluenza e della tipologia di turisti e miglioramento della qualità dell'offerta.

L'adesione alla Carta consente all'area protetta, tra i tanti vantaggi, di influenzare e favorire, nel pieno rispetto della salvaguardia e della tutela dell'ambiente, sia lo sviluppo turistico, sia, più in generale, uno sviluppo socio-economico che rispetti realmente il territorio su cui agisce.

Come suggerisce Tessaro (2006), l'ente preposto alla gestione dell'area protetta, oltre alla Carta Europea del Turismo durevole (che fa esplicito riferimento alle aree protette), può usufruire di ulteriori strumenti gestionali riconosciuti a livello internazionale, quali:

- il processo di Agenda 21 Locale;

- la certificazione ISO 14001;
- la registrazione EMAS II¹⁰ per l'Organizzazione Parco.

Secondo l'opinione dell'Autore, infatti, tali strumenti, poiché basati sul principio della ripartizione delle responsabilità in materia di ambiente, potrebbero divenire una fondamentale guida per il raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità, aiutando l'ente gestore ad affermare la propria *leadership di indirizzo* nei confronti dei protagonisti locali. Inoltre, «Pur con alcuni gradi di differenza [...] hanno caratteristiche comuni di notevole importanza. Si basano sul coinvolgimento di tutti, stakeholder o attori portatori di interesse. Questo porta alla ricerca e alla condivisione di una strategia comune finalizzata alla diffusione in capo ad ogni sospetto della responsabilità del modello di sviluppo. [...] Tutti gli strumenti citati hanno come punto di forza l'adozione di una visione sistemica che mira alla comprensione delle relazioni tra la sfera ambientale, quella economica e quella sociale in un'ottica di equilibrio dinamico di lungo periodo. La sfida sta nel fare in modo che questa intuizione passi, attraverso l'applicazione degli strumenti e dei processi di sostenibilità, dai parchi alla mentalità collettiva comune» (Tessaro, pp. 111-112). In tal senso appare essere molto interessante ed esplicativa la riflessione proposta dall'Autore in riferimento alla applicabilità dei principi proposti nella “*Carta Italia*” del Turismo Sostenibile alle aree protette. Viene quindi descritto un interessante esempio del modo in cui l'ente gestore di un'area protetta può prendere parte attiva al processo di sviluppo turistico del territorio circostante (*ivi*). Seguendo le indicazioni della “*Carta Italia*”, redatta nel 2002 ad opera dell'*Associazione Italiana Turismo Responsabile*, l'Ente Gestore può infatti intervenire in modo concreto nel favorire la sostenibilità del turismo in differenti fasi. In una fase preliminare al viaggio/vacanza, seguendo una strategia informativa supportata da pubblicazioni di guide o dépliant informativi o mediante mezzi di comunicazione multimediali può fornire informazioni in merito al tipo di esperienza che è possibile vivere all'interno dell'area protetta, ma anche, in un contesto più ampio, descrivendo il patrimonio storico-culturale del territorio,

¹⁰ Nel 2009 è stata elaborata la versione EMAS III.

nonché le abitudini, gli usi, i costumi e tutte le altre peculiarità del luogo e della popolazione che lo abita. Può anche mettere in evidenza l'eventuale esistenza di certificazioni e marchi di qualità ambientale. Può altresì indirizzare il turista nella scelta di alloggi, mezzi di trasporto, periodi in cui l'affluenza è ridotta, promuovendo strutture rispettose dell'ambiente e l'utilizzo di mezzi pubblici o alternativi non inquinanti (ad esempio bicicletta o mountain bike). Attraverso l'utilizzo di strumenti di comunicazione multimediali e l'ausilio di Internet, l'Ente gestore può favorire la fidelizzazione del turista, dando inoltre la possibilità di segnalare eventuali disservizi o episodi di “insostenibilità” di cui si è stati testimoni, o dei quali si ha avuto esperienza, durante la visita all'area protetta o il soggiorno nel territorio circostante. Direttamente sul posto l'Ente gestore può proporre azioni di comunicazione ed informazione (mediante tabellazione o distribuzione di brochure o opuscoli informativi) sulle caratteristiche del luogo ma anche sensibilizzare al rispetto dell'ambiente, all'uso responsabile delle risorse (quali energia ed acqua) ed alla produzione di rifiuti evitandone l'abbandono indiscriminato. L'Ente gestore può inoltre cercare di stipulare accordi e convenzioni volontarie con l'organizzatore turistico, in modo da proporre viaggi e visite programmate, che siano realmente sostenibili per il territorio, mediante, ad esempio, l'istituzione di gruppi non troppo numerosi, fornendo informazioni ai turisti prima del loro arrivo sul posto delle “buone pratiche” da adottare e delle specificità che incontreranno sul luogo. Tali accordi o convenzioni possono così dare origine sul territorio a veri e propri *circoli virtuosi* in grado di influenzare la domanda a favore di forme di turismo sostenibili. Infine, l'Ente gestore deve rivolgere la propria attenzione alla comunità locale, svolgendo un'azione di concertazione che coinvolga la comunità tutta nella pianificazione dello sviluppo locale, favorendo una presa di posizione ed un atteggiamento coerente nei confronti del flusso turistico e sensibilizzando e responsabilizzando tutti sull'importanza del monitoraggio e del controllo costante degli impatti che hanno origine dall'attività turistica sul territorio (*ivi*). «Il Parco, come soggetto depositario della cultura della sostenibilità e come area deputata all'applicazione di modelli di sviluppo alternativi può, meglio di chiunque altro, fare in modo che i

principi della conservazione dei beni naturali e culturali siano adottati come prioritari nelle politiche di sviluppo turistico» (Tessaro, 2006, p. 109). L'ente gestore deve pertanto operare sul territorio affinché si possa diffondere una *cultura dell'accoglienza*, formando gli operatori turistici locali, ma anche aiutando la comunità locale ad integrare la domanda turistica crescente, all'interno dalla cultura e dei saperi locali (*ivi*). Questi sono solo alcuni dei possibili spunti che si possono cogliere trasformando i principi della sostenibilità turistica in linee guida in grado di influenzare lo sviluppo locale ed identificando l'ente gestore come “anello di congiunzione” tra i diversi attori locali che, nel pieno rispetto delle peculiarità dell'ambiente, tenga presenti le differenti necessità e prospettive, salvaguardando il territorio a lungo termine e contribuendo ad apportare benessere alla popolazione locale.

1. 3. Dalla sostenibilità del turismo alla responsabilità: l'incontro con l'*Altro* e il confronto con la diversità

La riflessione in materia di sostenibilità dello sviluppo turistico ha dato origine all'elaborazione del concetto di *turismo responsabile*, inteso come una particolare forma di turismo che, non solo si preoccupa di non apportare danni alle risorse dei luoghi, ma che contribuisce attivamente alla loro tutela e salvaguardia, influenzando anche sul consolidamento o l'eventuale recupero della solidarietà tra le generazioni all'interno della comunità locale (Gatti, 2006).

Tuttavia, sebbene per alcuni autori si tratti di una semplice sfumatura e per altri di una precisa distinzione, come specifica Canestrini (2001), è possibile rintracciare una differenza sostanziale tra questi due concetti: l'idea stessa di turismo sostenibile fa esplicito riferimento alla gestione delle risorse e all'attuazione di politiche di sviluppo *armoniose e proficue* per tutti i protagonisti coinvolti; il turismo responsabile, d'altra parte, indica più che altro «[...] un atteggiamento individuale di rispetto dei luoghi e delle persone che si incontrano» (*ivi*, p. 9).

Il turismo responsabile si basa quindi sulla ricerca di un *contatto più vero e rispettoso* con “l'*Altro*” e con la cultura del posto. Una forma di turismo

possibile solo grazie a tre capacità individuali fondamentali (Gatti, 2006):

- l'apertura al nuovo;
- lo spirito di adattamento;
- la capacità di mettere in gioco i propri punti di vista e le proprie abitudini.

Capacità queste che, in una società sempre più globale e multi-etnica come è quella odierna, forniscono l'opportunità di relazionarsi all'altro in maniera più autentica ed efficace, rendendo sempre più consapevoli gli individui della relatività dei propri punti di vista e dell'importanza della negoziazione dei significati.

Come riportato in Canestrini (2001) e Gatti (2006), l'*Associazione Italiana Turismo Responsabile* (AITR), infatti, presenta il turismo responsabile come un modo di viaggiare caratterizzato dalla *consapevolezza*:

- di sé e delle proprie azioni;
- della realtà dei paesi di destinazione (declinata nei suoi aspetti sociali, culturali, economici ed ambientali);
- della possibilità di una scelta meditata e quindi diversa.

Una modalità, quindi, di viaggiare che sia *etica e consapevole*, andando incontro ai paesi scelti come destinazione, alla gente del posto ed alla natura, con rispetto e disponibilità; un viaggiare che vuole essere portatore di principi universali, quali *l'equità, la sostenibilità e la tolleranza*.

Nel 2005, a Cervia, in occasione del Forum italiano del turismo responsabile intitolato *Ripensare il Turismo*, l'AITR, promotrice dell'evento, ha ufficialmente adottato la seguente definizione:

Il turismo responsabile è il turismo attuato secondo principi di giustizia sociale ed economica e nel pieno rispetto dell'ambiente e delle culture. Il turismo responsabile riconosce la centralità della comunità locale ospitante e il suo diritto ad essere protagonista nello

sviluppo turistico sostenibile e socialmente responsabile del proprio territorio. Opera favorendo la positiva interazione tra industria del turismo, comunità locali e viaggiatori¹¹.

Concordiamo dunque con Canestrini quando afferma che: «[...] il turismo responsabile non è un prodotto specifico, ma un approccio. Tutti i turisti, prima o poi, dovranno diventare responsabili e tutto il turismo dovrà essere sostenibile. Cambiare si può. E conviene» (2001, p. 10). Come mette in evidenza l'Autore, infatti, la pratica del turismo responsabile riguarda la maniera specifica con cui si entra in contatto con gli altri e con i luoghi dove essi vivono. Il turista responsabile è colui il quale riesce ad avere rapporti autentici e rispettosi delle diversità e peculiarità dell'Altro in qualsiasi contesto di vita essi avvengano. La qualità relazionale dell'esperienza turistica rispecchia il proprio modo di essere con gli altri nella vita di ogni giorno e dunque può essere responsabile solo nella misura in cui siamo consapevoli di noi stessi e, nell'incontro con la diversità, riconosciamo la relatività e la peculiarità dei modi di pensare ed agire che ci appartengono e che parlano della nostra storia e della realtà in cui viviamo quotidianamente. La pratica del turismo responsabile attribuisce, quindi, alla vacanza il significato di viaggio come opportunità di arricchimento di se stessi, nell'incontro con il diverso e con l'*altro da sé*, consentendoci di riappropriarci dei nostri limiti, ma anche delle nostre conoscenze e competenze.

Come sostiene Maeran (2009, p. 157), il turismo rappresenta un settore di grande importanza, non solo come risorsa economica mondiale, ma anche in quanto «modalità privilegiata per sensibilizzare sempre più persone al rispetto dell'ambiente e del patrimonio storico e culturale e, allo stesso tempo, favorire il contatto con l'altro». Il turismo può divenire, pertanto, una fondamentale occasione per imparare a confrontarsi con tutto ciò che è per noi, in quanto estraneo, fonte inesauribile di disagio e difficoltà relazionali, potenziando sensibilmente le nostre capacità di gestire le diversità. «Non si tratta solo di

¹¹ Definizione riportata sul sito ufficiale dell'AITR, alla seguente pagina:

http://www.aitr.org/index.php?option=com_content&view=article&id=793&Itemid=469&lang=it

accrescere la sensibilità interculturale nel rapporto tra turisti e residenti, di implementare le competenze nella gestione delle diversità da parte degli operatori turistici o all'interno delle singole aziende del settore: tutti questi obiettivi sono certamente rilevanti, ma vanno inclusi in una più complessa “filosofia”: si tratta cioè di fare dell'esperienza turistica una condizione esemplare e uno spazio privilegiato in cui formare e sostenere competenze appropriate e in cui sperimentare il valore e la ricchezza delle diversità» (Serino, 2009, p. 379). Per far ciò è necessario che chi si occupa di turismo e a vario titolo prende parte allo sviluppo di tale attività sul territorio, tenga conto dei differenti punti di vista dei soggetti coinvolti e, coerentemente con quanto proposto dai principali strumenti gestionali elaborati in materia di sostenibilità¹², favorisca il confronto e un dialogo costruttivo, mediante l'attuazione di una visione sistemica del fenomeno turistico. Le attività turistiche, infatti, forniscono un'importante opportunità di crescita individuale e di potenziamento dei legami sociali, costituendo un vero e proprio *strumento di inclusione sociale*, favorendo altresì la diffusione di una *cultura della diversità* che possa essere in grado di fornire spunti interessanti per migliorare l'offerta sul territorio, per accrescere le competenze degli operatori e la competitività del settore, per promuovere esperienze di destagionalizzazione ed infine per promuovere una *logica “di sistema”* (Serino, 2009). Un sistema, dunque, che nell'esperienza turistica è formato da coloro i quali si trovano a condividere un medesimo luogo e le medesime risorse, avendo tuttavia differenti rappresentazioni gli uni degli altri e nutrendo, probabilmente, aspettative diverse sulle modalità e sugli esiti del loro incontro e della loro, seppur momentanea, convivenza.

1. 4. Riflessioni e possibili sviluppi

In questa prima parte del nostro lavoro abbiamo messo in evidenza l'importante ruolo che potrebbe ricoprire l'area protetta o, più in particolare, l'Ente gestore, nel farsi promotore di una forma di sviluppo turistico realmente in grado di rispettare e salvaguardare non solo le risorse naturali, ma anche l'*ambiente umano* e il

¹² Per un approfondimento in merito si rimanda al paragrafo 1.2 di questo nostro lavoro.

patrimonio culturale della comunità locale. È inevitabile, infatti, che lo sviluppo turistico di una determinata area territoriale abbia, oltre ad un impatto ambientale, degli effetti più o meno consapevoli sui sistemi di valori, di attribuzione di significato, sui comportamenti, sugli stili relazionali, nonché sull'organizzazione della comunità locale nel suo insieme. Per la realizzazione di un turismo sostenibile è essenziale analizzare l'entità di un tale impatto; entità che è possibile valutare considerando differenti indicatori, a seconda delle diverse dimensioni prese in esame. Per ciò che concerne l'impatto del turismo sull'ambiente, è possibile verificare la capacità di carico del luogo, la cosiddetta *carrying capacity*, intesa come «la capacità che ha una determinata località di sopportare una determinata attività umana» (Nocifera, 2003, p: 45), valutando quanto le attività già intraprese potranno ancora essere esercitate prima di apportare danni irreparabili all'ambiente e al territorio. Per quanto riguarda la salvaguardia dell'*ambiente umano* è necessario concentrare la propria attenzione, sia su coloro i quali vivono nella località divenuta meta turistica, sia su quelli che sono parte attiva dell'industria turistica sul territorio, lavorando nel settore, e sia, infine, su coloro i quali decidono di recarsi in quel determinato luogo per trascorrere le proprie vacanze.

I principali strumenti gestionali, codici o regolamenti¹³ elaborati in materia di sostenibilità del turismo hanno posto l'accento sull'importanza del partenariato, della condivisione delle scelte e delle decisioni in materia di sviluppo del territorio, realizzabile mediante la negoziazione dei significati e delle rappresentazioni dei diversi *stakeholder*. È opinione di chi scrive che, per poter realizzare un turismo sostenibile che sia al medesimo tempo responsabile, è fondamentale che siano presi in considerazione, non solo i punti di vista e le rappresentazioni dei diversi protagonisti coinvolti a vario titolo nella fruizione dell'area protetta, ma anche le aspettative e i significati emozionali attribuiti al luogo e all'esperienza turistica nel suo complesso, riconoscendo nelle eventuali diversità emergenti delle possibili risorse, piuttosto che dei limite allo sviluppo locale. Un ruolo fondamentale potrebbe assumere, pertanto, una prospettiva di

¹³ Cfr. paragrafo 1.2 del presente lavoro.

intervento psicosociologica che possa fornire un supporto e/o una consulenza all'Ente Gestore, al fine di comprendere la complessità del reale, mediante una ricerca di contatto con l'*Alterità* e con la cultura del luogo e dei diversi protagonisti coinvolti, che sia autentico, basandosi su una dinamica dello *scambio*, che porti a un arricchimento continuo, reciproco e alla negoziazione dei significati, mettendo da parte stereotipi e pregiudizi e considerando l'*estraneo*, in quanto portatore di diversità, una vera e propria risorsa per lo sviluppo del sistema sociale e delle relazioni al suo interno (Carli, Paniccia, 2003)¹⁴.

¹⁴ Per un approfondimento di tale modello teorico e le conseguenti applicazioni metodologiche si rimanda ai Capitoli II e III del presente contributo.

Capitolo II

Le percezioni degli *stakeholder* e la relazione individuo-contesto

Nel precedente capitolo¹⁵ abbiamo messo in evidenza che gli strumenti elaborati per promuovere uno sviluppo dell'attività turistica sul territorio, che rispetti il luogo e la popolazione locale, secondo gli ormai noti principi della sostenibilità, garantendo comunque la qualità dell'esperienza vissuta dai turisti e dai visitatori, prevedono tutti la presa in considerazione delle percezioni e dei punti di vista dei differenti portatori di interesse. Inskoop (1991), sostenendo l'importanza di una gestione responsabile dello sviluppo turistico, ha altresì ribadito che gli effetti di una mancata definizione degli obiettivi e una non precisa pianificazione dell'attività turistica possano, inevitabilmente, compromettere proprio le caratteristiche dell'ambiente naturale ed umano, che maggiormente attraggono i turisti. D'altra parte, come hanno messo in evidenza numerosi studi (Cfr. Andereck & Vogt, 2000; Andriotis, 2005; Ap, 1992; Gursoy, Jurovski & Uysal, 2002), lo sviluppo sostenibile del turismo su un dato territorio non può essere realizzato senza il supporto dei portatori di interessi locali .

La conoscenza delle percezioni, delle aspettative e delle rappresentazioni dei protagonisti locali sugli impatti del turismo sul territorio diviene, in tal modo, fondamentale, per poter comprendere quanto sia già in atto o possibile da realizzare uno sviluppo del fenomeno turistico che sia realmente sostenibile per il maggior numero possibile di attori sociali. Affinché questo possa essere realizzato è necessario, secondo l'opinione di chi scrive, prendere in considerazione non solo le percezioni dei protagonisti coinvolti, sugli impatti derivanti dall'azione del turismo sul territorio, ma anche il significato attribuito a quei luoghi che diventano meta di turismo e sui quali convergono aspettative e simbolizzazioni affettive dei diversi stakeholder. Attribuzioni di significato che costituiscono le fondamenta sulle quali si ergono le modalità relazionali che caratterizzeranno l'incontro con l'Altro.

¹⁵ Cfr. paragrafo 1.2 Capitolo I.

2. 1. Stakeholder, sostenibilità turistica e responsabilità

Con il termine stakeholder si suole indicare «[...] qualsiasi gruppo o individuo che può influenzare o è influenzato dal raggiungimento degli obiettivi dell'organizzazione» (Freeman, 1984, p.46, *traduzione nostra*¹⁶). Donaldson e Preston (1995¹⁷) precisano inoltre che, per poter essere considerato realmente uno stakeholder, un gruppo o un individuo deve avere all'interno dell'organizzazione un interesse legittimo.

Applicando tale nozione alle peculiarità del fenomeno turistico, sono facilmente identificabili quattro fondamentali portatori di interessi:

- i turisti che scelgono una data località come destinazione delle proprie vacanze;
- i residenti del luogo che si ritrovano a condividere con i turisti i propri spazi, ma anche le risorse e i servizi presenti sul territorio;
- gli imprenditori, o più in generale, gli operatori economici che a vario titolo sono coinvolti nell'erogazione dei servizi dei quali usufruiscono i turisti;
- le autorità locali (regionali e nazionali) che regolamentano la gestione e lo sviluppo dell'attività turistica sul territorio.

Ciascun stakeholder, ovviamente, guarda al fenomeno turistico in maniera specifica, adottando una prospettiva che lo induce ad identificare interessi differenti ed a rintracciare costi e benefici, derivanti dall'espletamento dell'attività turistica sul territorio, che spesso non coincidono con quelli degli altri e che possono addirittura indurre ad un aperto conflitto tra le diverse parti in causa. Affinché la conflittualità possa essere attenuata in maniera efficace è fondamentale la conoscenza dei diversi atteggiamenti, delle percezioni e degli interessi di tutti gli stakeholder coinvolti (Cfr. De Lopez, 2001; Hunt & Haider, 2001; Markwick, 2000; Reid et al., 2004; Yuksel et al., 1999). Tale conoscenza

¹⁶ « [...] any group or individual who can affect or is affected by the achievement of the organization's objective».

¹⁷ Citato in Byrd, Bosley, Dronberger (2009, p. 694).

diviene pertanto il presupposto fondamentale per qualsiasi processo di sviluppo turistico sul territorio, in quanto, come sottolinea Ap (1992), la gestione dello sviluppo turistico dovrebbe sempre basarsi sul raggiungimento di risultati che possano rappresentare il miglior equilibrio, il miglior compromesso possibile, tra i costi ed i benefici identificati da tutti gli stakeholder.

Nel caso in cui la meta turistica sia anche un'area naturale protetta, l'ente a cui è affidata la gestione dell'area, in quanto stakeholder fondamentale per lo sviluppo del fenomeno turistico sul territorio circostante, dovrebbe cercare di coinvolgere gli altri protagonisti locali nella propria azione di tutela e di salvaguardia dell'ambiente, al fine ultimo di evitare l'insorgenza di conflittualità che possano compromettere lo sviluppo di un turismo sostenibile. Diversi studi hanno dimostrato che i conflitti tra le popolazioni locali e i gestori di parchi (o più in generale di aree protette) sono spesso conseguenza di decisioni e regolamenti imposti alle comunità locali, in nome della tutela dell'ambiente (Hackel, 1999; Nepal & Weber, 1995; Wells & Brandon, 1993). Come ricordano anche Lai e Nepal (2006), un'area naturale protetta può essere gestita in maniera efficace solo grazie alla cooperazione e il supporto della popolazione locale (Mehta & Heinen, 2001; Wells & Brandon, 1993) e mediante il coinvolgimento delle comunità locali nella gestione (Nepal, 2002) e la partecipazione delle stesse alla presa di decisioni importanti per la tutela dell'ambiente (Newmark & Hough, 2000).

Favorire la relazione e lo scambio di informazioni tra gli stakeholder potrebbe quindi costituire un presupposto fondamentale per consentire uno *sviluppo sostenibile* del turismo sul territorio. Come Hardy e Beeton (2001) hanno particolarmente sottolineato, per lo sviluppo di un turismo realmente sostenibile, è necessario elaborare e condurre progetti di ricerca che prendano in considerazione i diversi gruppi di stakeholder, al fine di mettere a confronto i loro interessi e le loro percezioni. Infatti, come sostengono Byrd, Bosley e Dronberger (2009) proprio l'inclusione, il coinvolgimento degli stakeholder può essere considerato il fattore-chiave mediante il quale si possa garantire uno sviluppo turistico sostenibile all'interno di una comunità. E «Pertanto una chiara comprensione degli atteggiamenti e gli interessi degli stakeholder è un presupposto necessario per la

pianificazione e la gestione del turismo sostenibile» (*ivi*, p. 693, *traduzione nostra*¹⁸). Tuttavia, sottolineano gli Autori (*ibidem*), poche ricerche sono state condotte finora sul confronto di più gruppi di stakeholder all'interno di una medesima comunità. Infatti, come dichiarano gli stessi Autori, la maggior parte delle ricerche che sono state realizzate da esperti del settore si sono concentrate su una sola tipologia di stakeholder, focalizzando l'attenzione, di volta in volta, sul punto di vista esclusivamente: dei turisti (Cottrell et al., 2004; Pizam et al., 2000; Poria et al., 2006; Van Winkle & Mackay, 2008; Weaver & Lawton, 2004; Wickens, 2004); dei residenti (Akis, Peristianis & Warner, 1996; Allen, Long, Perdue & Kieselbach, 1988; Andereck, Valentine, Knopf & Vogt, 2005; Andereck, & Vogt, 2000; Besculides, Lee & McCormick, 2002; Brunt, & Courtney, 1999; Fredline, & Faulkner, 2000; Gursoy et al., 2002; Long et al., 1990; Perdue, Long & Allen, 1990; Tosun, 2002); degli imprenditori (Clarkson, Getz & Ali-Knight, 2001) o dei funzionari del governo locale (McGehee, Meng & Tepanon, 2006). Come ricordano Byrd, Bosley e Dronberger (2009), i pochi studi che sono stati dedicati al confronto tra stakeholder, hanno analizzato le differenze emergenti tra le percezioni e gli atteggiamenti di gruppi, costituiti da: residenti ed imprenditori (Andriotis, 2005; Pizam, 1978); residenti e turisti (Puczko & Ratz, 2000); residenti, imprenditori e turisti (Kavallinis & Pizam, 1994); residenti, imprenditori e funzionari pubblici (Lankford, 1994, Murphy, 1983).

Savoja (2009) prendendo in considerazione l'idea della *Stakeholder Responsibility*, sostiene che il turismo sostenibile possa costituire un'interessante possibilità d'analisi e di applicazione. Tale concetto, infatti, mette in evidenza che «[...] la reciprocità e l'interdipendenza dei diritti e dei doveri degli stakeholder sono la base per la creazione di un contesto dove le azioni economiche possano venire pensate, attuate e controllate sulla base di modelli di comportamento equi e condivisi» (*ivi*, p. 239). E poiché il consumo turistico si basa sull'utilizzo di significative quote di beni comuni (Ragone, 1988¹⁹) e la produzione, la distribuzione e lo scambio dei beni turistici sono vincolati dai limiti sociali

¹⁸ «Therefore, a clear understanding of the attitudes and interests of stakeholder is a necessary precursor to the planning and management of sustainable tourism».

¹⁹ Citato in Savoja (2009, p. 239).

nell'uso delle risorse dell'economia posizionale (Hirsch, 1976²⁰), Savoja afferma che «[...] la pratica del turismo rappresenta un buon banco di prova per l'elaborazione di modelli di fruizione “globalmente” responsabili (nel senso che tal responsabilità deve ricadere su tutti gli stakeholder coinvolti)» (2009, p. 239). L'idea stessa di sostenibilità del turismo rimanda all'assunzione di un impegno morale nei confronti delle generazioni future. Tale impegno è rivolto a tutti i portatori di interessi legittimi, senza che però sia esplicitamente indicato in che modo e in che misura debba ricadere sui diretti interessati. Come suggerisce Savoja (*ivi*) quindi il concetto di *turismo globalmente responsabile* rende possibile la distribuzione dell'impegno morale alla sostenibilità tra i diversi stakeholder, mediante l'attribuzione di responsabilità specifiche. E pertanto andando oltre il classico Modello degli Stakeholder, secondo il quale il turismo, inteso come attività economica, può essere considerato un'impresa che fornisce su una determinata località una serie di servizi e beni e che subisce l'influenza dei portatori di interesse che a vario titolo agiscono sul territorio, l'Autore propone per la realizzazione di un turismo globalmente responsabile la presa in considerazione di uno *stakeholder implicito*, inteso come l'insieme dei beni collettivi (ambientali, culturali, artistici, etc.) che costituiscono la fonte di attrazione turistica di una data località. Si determina dunque, in tal modo, una situazione caratterizzata da una maggiore complessità, in quanto lo stakeholder implicito è sia portatore di interessi specifici (la sua tutela e salvaguardia *in primis* e la disponibilità alla fruizione, in secondo luogo), sia oggetto di interessi legittimi da parte di tutti gli altri stakeholder coinvolti. «Così nel turismo “globalmente” responsabile i diritti legittimi divengono anche un ambito dove i vari stakeholder devono misurare la loro responsabilità, declinata nella dimensione dell'*accountability*, intesa come disponibilità a farsi carico delle conseguenze prodotte dalle proprie azioni» (*ivi*, p. 241). Infatti la responsabilità principale per ciascun stakeholder è costituita da due aspetti correlati tra loro:

- la consapevolezza delle conseguenze prodotte dalle proprie scelte

²⁰ Citato in Savoja (2009, p. 239)

inerenti l'offerta o la domanda di beni e servizi destinati all'attività turistica;

- la presa in carico di tali conseguenze, siano esse positive che negative.

E quindi la responsabilità (*accountability*) dovrebbe essere considerata una componente essenziale di ogni prodotto turistico, in quanto: «Nel turismo, la sostenibilità, in qualunque modo la si intenda, è al contempo un obiettivo etico ed una componente del prodotto ed in entrambi casi si sostanzia in un costo. Responsabilità degli stakeholder significa allora riconoscere tale costo, accettare di pagarlo e non adottare comportamenti opportunistici per scaricarlo sugli altri» (*ivi*, p. 242). Lo sviluppo sostenibile del turismo prevede una *componente di rinuncia* che, secondo il modello della Stakeholder Responsibility riguarda tutti gli stakeholder:

La comunità locale, i dipendenti e le imprese della filiera turistica devono rinunciare a parte dei profitti potenzialmente ricavabili mentre i turisti devono rinunciare ad una serie di consumi che sono tipici del tempo turistico (*ivi*, p. 244).

Al fine di garantire nel tempo la condizione di attrattività del luogo, la distribuzione delle responsabilità e l'inevitabile rinuncia al pieno sfruttamento delle risorse e dei beni che costituiscono nel loro insieme lo *stakeholder implicito*, pongono l'accento, altresì, sui molteplici significati, attribuiti al luogo ed alle sue caratteristiche specifiche, a seconda del fatto che si sia residenti, turisti, enti gestori, operatori turistici, etc.

2. 2. Gli stakeholder e la relazione con il luogo

La considerazione delle percezioni dei diversi gruppi di stakeholder sottolinea l'importanza degli interessi (economici e non solo) di cui ciascuno è inevitabilmente portatore nei confronti della realizzazione dell'attività turistica su una determinata località, ma induce altresì a riflettere sui differenti significati che

possano essere attribuiti ad un luogo ed alle sue componenti, in quanto:

Gli uomini vogliono che il mondo abbia per loro un significato, vogliono sentirsi in rapporto significativo con il loro ambiente. Ciò è particolarmente vero per il turista che si trova improvvisamente al cospetto di un nuovo ambiente, in cui i significati, le relazioni con gli oggetti, le persone e i valori sono, in qualche modo, da ridefinire. La capacità di accoglienza di un luogo può essere intesa come la facilità con cui il turista è messo in grado di rintracciare la propria giusta collocazione nel rapporto con l'ambiente e con le persone, ritrovando la spontaneità del proprio agire (Tessaro, 2006, pp. 103-104).

La necessità di attribuire un significato all'ambiente e agli elementi che lo compongono accomuna in ogni caso tutti gli stakeholder, che vi associano, più o meno consapevolmente, dei significati che influenzano il loro modo di entrare in relazione con il luogo stesso e con gli altri. Significati che altresì connotano di sé il territorio inevitabilmente, determinandone il livello di attrattività. Infatti, come ricordano Pollice e Spagnuolo (2009), all'interno di una destinazione turistica le *risorse* che determinano l'attrattività del luogo sono molteplici. Tali risorse possono essere distinte in *tangibili ed intangibili*: le prime fanno riferimento ai cosiddetti attrattori di contesto, vale a dire gli elementi culturali, naturali, paesaggistici, ma anche alle strutture e alle infrastrutture messe a disposizione dei turisti; le seconde, di contro, si riferiscono all'immagine della destinazione, alla professionalità degli operatori, all'ospitalità della comunità locale e all'atmosfera del luogo. «In realtà non esiste una sola risorsa che possa ascrivere integralmente ad una o all'altra delle categorie appena richiamate e questo perché ogni risorsa si compone tanto di elementi tangibili quanto di elementi intangibili e deve quasi sempre la propria attrattività alla loro compresenza» (*ivi*, p. 66).

Secondo l'ormai classico costrutto della *place-identity* (Proshansky, 1978; Proshansky, Kaminoff, 1982; Proshansky, Fabian, Kaminoff, 1983; Proshansky, Fabian, 1986), l'esperienza diretta con l'ambiente fisico viene mediata dai

significati personali, nonché dalle norme sociali, dando origine a quella che De Rosa (1995) ha definito come «[...] una sottostruttura della *self-identity*, caratterizzata da cluster di cognizioni, memorie, affetti, concernenti i luoghi esperiti» (*ivi*, p. 170). L'Autrice propone inoltre di considerare la *place-identity* (l'identità di luogo) come la risultante di tre livelli esplicativi:

- il sociale;
- l'interpersonale;
- l'individuale.

Per spiegare ciascuno dei tre livelli l'Autrice fa quindi riferimento a tre costrutti teorici elaborati ed approfonditi nell'ambito della psicologia sociale. Il primo è il costrutto delle *rappresentazioni sociali* (Cfr. Moscovici, 1961, 1988, 1989, 1991, 1992), secondo il quale l'ambiente è considerato, al tempo stesso, sia l'oggetto di rappresentazioni simboliche e culturali condivise, sia il contesto sociale in cui tali rappresentazioni sono prodotte. Il secondo livello si riferisce alla *teoria dell'identità sociale* (Cfr. Tajfel, 1981; Turner, 1987; Abrams, Hogg, 1990), ponendo l'accento sulla funzione svolta dalle norme e dai valori culturali dei propri gruppi di appartenenza nella percezione dell'ambiente. Infine, il terzo livello, rimanda al costrutto dell'*identità di sé* (Cfr. Gergen, Davis, 1985; Zavalloni, 1983; Greenwald, Pratkanis, 1984; Yardley, Honess, 1987; Rosenbergh, 1987; Neisser, 1988; Hormut, 1990; Doise, Lorenzi-Cioldi, 1991; Howard, Callero, 1991; Breakwell, 1992; Piolat, Hurtig, Pichevin, 1992), in quanto, in un'accezione più ampia rispetto alla formulazione originale, le esperienze emotivo-cognitive di relazione con qualsiasi oggetto del mondo fisico, naturale e sociale (compreso quindi l'ambiente) contribuiscono allo sviluppo del senso di identità di ogni individuo.

Sempre in riferimento allo studio del rapporto tra gli individui e l'ambiente in cui essi vivono, è stato altresì elaborato il costrutto di *attaccamento al luogo* (*place attachment*) (Fried, 1963, 2000; Giuliano 2004), per indicare le dinamiche affettive e il legame emotivo che gli individui nutrono nei confronti dei luoghi in cui vivono e delle altre persone che vi abitano. Hernández, Hidalgo, Salazar-

Laplace e Hess (2007) hanno avanzato l'ipotesi di analizzare il rapporto tra individui e luoghi, prendendo in considerazione due diverse componenti, interrelate tra loro:

- una componente affettiva;
- una componente cognitiva.

Con la prima si identifica il legame affettivo che l'individuo instaura verso il proprio territorio; la seconda invece si fonda sulla concezione di sé elaborata in quanto appartenente a un determinato luogo o ambiente. La componente affettiva fa quindi riferimento al costrutto dell'attaccamento al luogo (*place attachment*), la componente cognitiva, di contro, richiama alla mente il costrutto dell'identità di luogo (*place identity*). La proposta degli Autori, pertanto, mette in evidenza il fatto che la relazione con il luogo agisce sull'individuo, sia sul fronte emotivo, che su quello cognitivo-rappresentazionale.

Considerando che il fenomeno turistico è intrinsecamente legato alle componenti ambientali e territoriali del luogo di destinazione, chi scrive ritiene che al fine di conoscere ed analizzare le diverse percezioni, gli atteggiamenti e i punti di vista adottati dagli stakeholder, possa essere fondamentale considerare non solo gli *interessi legittimi* dei soggetti coinvolti nell'attività turistica, ma concentrarsi altresì sull'importanza dei significati attribuiti in maniera specifica ai luoghi e alle relazioni con le persone che condividono gli stessi spazi e i medesimi ambienti.

2. 3. Le *simbolizzazioni affettive* nella relazione individuo-contesto: un'ipotesi interpretativa per lo studio del fenomeno turistico

Variando leggermente prospettiva, desideriamo quindi adesso concentrare la nostra attenzione sull'area naturale protetta, considerandola come luogo su cui convergono le rappresentazioni e le aspettative dei diversi portatori di interessi coinvolti, vale a dire i lavoratori presso l'ente gestore, coloro i quali risiedono nei comuni afferenti e i turisti che decidono di visitare la zona protetta. Oltre ad essere

in relazione con il luogo, ciascun stakeholder è altresì in relazione con tutti gli altri attori sociali, costituendo insieme un *contesto* a cui ogni partecipante fa riferimento nell'attribuzione di significati emozionali al reale. Un *contesto*, inteso quindi in un'accezione più ampia di quella di luogo o di spazio condiviso. Come ricorda Lancia (2004, p. 21), infatti, il contesto «[...] non è *dato* e [...] non corrisponde a “luoghi” fisici o organizzativi; bensì è il risultato di un pensiero, cioè di un'attività che stabilisce un qualche tipo di relazione tra qualcosa e qualcosa d'altro».

Pertanto ciascun individuo è in relazione con un contesto, non solo reale ma anche immaginario, che può essere considerato esito di aspettative e di rappresentazione dell'altro, originate dal modo di essere inconscio della mente e pregne di significati emozionali, che guidano, determinandolo, il modo di agire nei confronti dell'altro (Carli, Paniccia, 2003).

È opinione di chi scrive che, al fine di favorire uno sviluppo del turismo che sia realmente sostenibile per il territorio e responsabile nei confronti di tutti, possa essere molto utile adottare una prospettiva di ricerca-intervento, in grado di potenziare la capacità di stabilire una relazione di scambio e di cooperazione tra i diversi protagonisti coinvolti. La teoria della tecnica nota come *l'Analisi della domanda* costituisce, in tal senso, un'interessante opportunità. Elaborata tra gli anni '80 e '90, è frutto delle esperienze e di tanti anni di ricerca e di interventi svolti dallo Studio di Psicosociologia (SPS) di Roma e riconosce nella persona di Renzo Carli il suo maggior referente. Oggi si presenta come un modello complesso, dalla sistemazione tecnica e metodologica ben precisa che fonda un approccio che considera la psicologia una scienza che consente di intervenire nella relazione tra individuo e contesto e, pertanto, di occuparsi della complessa tematica della convivenza. L'applicazione di tale modello allo studio del fenomeno turistico rende possibile analizzare le *simbolizzazioni affettive* di coloro i quali riconoscono nella salvaguardia dell'area protetta, nello svolgimento dell'attività turistica e nel poter godere dell'esperienza turistica sul luogo, i propri interessi legittimi che convergono sul medesimo territorio.

Cosa significa dunque *simbolizzare affettivamente*? Significa dare un senso

emozionale agli oggetti con i quali entriamo in relazione. Per “oggetto” qui intendiamo qualsiasi aspetto della realtà contestuale, che dopo aver assunto un significato emotivo, acquista connotazioni sue proprie, al di là dalla sua natura e dalla sua appartenenza a diverse aree dell’esistente. Ad esempio, applicando tale nozione al fenomeno turistico, il turista che viene a visitare il nostro territorio sporcando e non rispettando i luoghi e le persone, provoca in noi (in qualità di residenti) un sentimento di rabbia, diventando ai nostri occhi “cattivo” e quindi un nemico da combattere. Ogni aspetto della realtà non è mai per noi semplicemente un fatto, ma è sempre accompagnato dal vissuto emozionale che inesorabilmente deriva dal nostro entrare in contatto con esso, dal suo echeggiarci dentro, risuonando con ogni aspetto della nostra vita e della nostra storia. Ogni evento non avviene mai nel vuoto, ma come un piccolo sasso gettato in uno stagno forma una serie di cerchi concentrici che si espandono sempre più fino a toccare le sponde, così esso tocca le parti più intime di tutti coloro i quali si trovano inseriti in quel contesto. Le emozioni sono la nostra prima risposta a ogni aspetto della realtà, a ogni stimolo che viene a noi dal contesto in cui inevitabilmente siamo inseriti.

Il *contesto* è costituito pertanto dall’insieme delle relazioni e dalla loro struttura organizzata, all’interno del quale ogni individuo vive la propria esperienza (Carli, 1993). La percezione permette di organizzare il contesto nel suo significato cognitivo, differenziando e categorizzando i vari aspetti dell’ambiente, ai quali, tramite la simbolizzazione affettiva, è attribuito un significato emozionale specifico, derivante dal vissuto che si sperimenta nell’entrare in relazione con quel determinato aspetto del reale. Si costituiscono così le cosiddette *classi emozionali* (Carli, Paniccchia, 1993), che rendono possibile ridurre i molteplici stimoli del contesto in poche categorie, omogenee e contrapposte, che garantiscono una conoscenza immediata e comunicabile. Come ricordano Montesarchio e Ponzio (1998), nel concetto di simbolizzazione affettiva è possibile, distinguere:

- una dimensione storico-affettiva;
- una dimensione dinamico-cognitiva.

La *dimensione storico-affettiva* si riferisce a un codice privato, che permette di stabilire delle contiguità tra un ricordo, un simbolo ed un'emozione, consentendo di categorizzare ed interiorizzare una particolare esperienza del passato. Tale dimensione, quindi, riguarda un evento significativo storicizzato nella vita di un individuo, investito di affettività e che, in quanto esperienza consolidata, come una sorta di codice appreso, costituirà una base per comprendere ed organizzare esperienze e relazioni future. La *dimensione dinamico-cognitiva*, invece, considera le simbolizzazioni affettive in quanto modelli interiorizzati sulla base di esperienze passate, come dei veri e propri mediatori di realtà, che svolgono una funzione cognitiva attraverso la riduzione di infiniti stimoli, in precise classi emozionali, che determineranno e orienteranno la comprensione degli eventi che si verificano intorno a noi e, conseguentemente, la scelta dei comportamenti da mettere in atto nell'ambito delle relazioni sociali.

L'insieme delle simbolizzazioni affettive evocate dal contesto e condivise da chi a quello stesso contesto partecipa costituisce la *collusione* (Carli, Paniccia, 1981), la quale rappresenta un processo di socializzazione delle emozioni, derivante dalla condivisione emozionale di situazioni contestuali. All'interno di un determinato contesto, ciascuno attore produce simbolizzazioni omogenee a quelle degli altri partecipanti, in quanto originate dalla medesima struttura di relazione nella quale si trovano tutti inseriti. Il contesto è una realtà ineliminabile per ciascuno individuo. Così come è impossibile che tutto ciò che ci circonda non assuma per noi una valenza, un significato dettato dal vissuto che è in noi presente, nel momento in cui entriamo in relazione con qualsiasi aspetto della realtà. La collusione racchiude in sé tutti questi significati emotivi. Significati che svolgono un ruolo fondamentale nel determinare sostanzialmente il nostro modo di entrare in relazione, la nostra maniera di rapportarci agli altri, divenendo così attori della realtà sociale, sulla base di copioni o canovacci, che altro non sono che le nostre emozioni e i significati simbolici che attribuiamo in base ad esse a ogni evento che accade in e attorno a noi. Il colludere permette di condividere le stesse o complementari simbolizzazioni affettive e svolge un'importante funzione come

semplificatore dell'ambiente perché riduce l'incertezza, costituendo una sorta di metamodello regolatore della comprensione della realtà sociale, sulla base della quale vengono messi in atto i comportamenti dai singoli individui. Il colludere è quindi inevitabile, perché senza non potremmo mai entrare in relazione con gli altri. La collusione svolge di per sé un'importante funzione adattativa, senza la quale saremmo privi di un comune bagaglio di significati che renda possibile la comunicazione e non avremmo alcuna motivazione ad interagire con gli altri, a sviluppare competenze sociali, linguistiche, o un pensiero sulle emozioni. Vivremmo in un contesto relazionale in cui ogni aspetto avrebbe per ciascuno di noi un significato assolutamente idiosincratico e nuovo (e questo purtroppo accade molto più spesso di quanto noi stessi osiamo renderci conto), in cui le relazioni sociali ricorderebbero l'immagine di biblica memoria della torre di Babele²¹. Ma se non viene stimolata alcuna forma di riflessione, di pensiero su questi *copioni*, più che come attori ci comportiamo da veri e propri *automi* che scaricano, evacuano emozioni all'interno della relazione contestuale, disinteressandosi di quelli che sono i vissuti propri e degli altri. L'analisi della domanda si pone fra i suoi obiettivi proprio quello di sostituire l'agito emozionale con un *pensiero emozionato*, elemento fondamentale per una comprensione autentica dell'altro, riconosciuto, per la sua estraneità, come portatore di risorse capaci di arricchire e potenziare lo scambio fra i diversi attori, attraverso la condivisione delle dimensioni emotive ed inconscie presenti in ciascuno.

Fondamentale, pertanto, risulta l'analisi della relazione individuo-contesto, in quanto, oggetto di studio non può essere esclusivamente il singolo individuo, considerandolo avulso dal proprio contesto. Limitarsi a questo, vorrebbe dire restare intrappolati e vittime dello *stereotipo individualista* (Carli, Paniccia, 2003), focalizzando la propria attenzione sulle caratteristiche personologiche e sulla dinamica intrapsichica. Un individuo non è mai un mondo a sé stante, un universo isolato, ma è sempre inserito in un insieme di contesti relazionali concentrici, dei quali adottando una prospettiva di analisi psicologica possiamo tenere conto. Una persona che a vario titolo è portatore di interessi legittimi nei confronti di un dato

²¹ Genesi, 11, 1-9.

territorio, o di un'area protetta in particolare, non è sicuramente un universo isolato: nella sua richiesta (anche implicita) di presa in considerazione dei propri interessi lascia trasparire tracce di una problematica relazionale di più ampio respiro, che può generare disagio a causa di una difficoltosa e non autentica relazione con il contesto. Ecco perché una situazione problematica non riguarda mai il singolo, quanto piuttosto la sua relazione con il contesto di appartenenza. Una prospettiva individualista applicata allo studio delle percezioni dei diversi stakeholder del fenomeno turistico è in quanto tale, parziale, miope di quegli aspetti squisitamente relazionali che sono imprescindibili dalla natura umana. Pertanto, seguendo l'approccio psicologico fin qui proposto, l'attenzione del ricercatore potrebbe essere focalizzata, più che sul singolo gruppo, sulla possibile *convivenza* tra tutte le parti coinvolte.

La convivenza è qui intesa come relazione tra sistemi di appartenenza ed estraneo, fondata su regole del gioco convenute (Carli, Paniccia, 2003). I *sistemi d'appartenenza* sono relazioni basate su dimensioni simboliche, sulla dinamica emozionale, sulla simbolizzazione affettiva dell'altro. Sono fondate su chiavi di lettura della realtà contestuale consolidate, semplici, immediate e gratificanti. L'esempio più tipico e chiaro è rappresentato dalla famiglia, all'interno della quale le relazioni emozionali sono fondate sulla dinamica affiliativa e su quella del potere. I sistemi d'appartenenza possono assumere nei confronti dell'estraneità due diversi tipi di approccio: uno che considera l'estraneo una realtà diversa, foriera di novità e, in quanto tale, che ancora non si conosce, ma che può essere conosciuta attraverso una relazione basata su uno scambio produttivo; l'altro che, invece, intravede in esso una realtà minacciante, che va disconosciuta attraverso l'annullamento di qualsiasi differenza, al fine di assimilarlo totalmente al proprio interno. In questo ultimo caso, si preferisce parlare di familismo, di sistemi familistici e di dinamica sociale basata sul tentativo di possedere l'altro come possibilità di assimilazione dell'altro a sé, al proprio sistema di appartenenza.

L'estraneo è colui del quale non possiamo conoscere nulla, se non attraverso una comunicazione basata su un effettivo scambio, su un desiderio reale di conoscere l'altro, non per quello che riteniamo che sia, ma per quello che è in

realtà, senza tentare di inserirlo in schemi preconcepi, riuscendo a mettere da parte stereotipi e pregiudizi. Questi sono gli assunti fondamentali di una dinamica sociale che si pone come obiettivo primario della comunicazione tra le parti, quello di scambiare informazioni con l'altro. Secondo questa prospettiva, l'estraneo, in quanto portatore di diversità, rappresenta una grande *ricchezza*, una vera e propria risorsa per lo sviluppo del sistema sociale e delle relazioni al suo interno. Pertanto, uno scambio produttivo con l'altro si oppone nettamente a una percezione del sociale che sia stabilita una volta e per sempre, e poi reiterata all'infinito in sistemi chiusi e definiti. La relazione con l'estraneità si fonda su un arricchimento continuo e reciproco, che si contrappone alla staticità di una conoscenza data e definita, arida e priva di qualsiasi spunto di creatività. Ciò avviene grazie a un sistema di convenzioni, regolate emozionalmente, che vengono definite *regole del gioco* e utilizzate come dei regolatori, appunto, che rendono possibile la convivenza fra due o più estraneità. Tuttavia, non sempre questo vuol dire che si abbia, tramite il loro utilizzo, una conoscenza reciproca fra le estraneità in relazione. La regola del gioco costituisce una dimensione intermedia fra la fusionalità, in quanto negazione dell'estraneità; e lo scambio, che invece presuppone la reciproca estraneità, come condizione necessaria alla relazione. Rappresenta, pertanto, un primo limite posto all'onnipotenza della fusionalità emozionale, la quale preferisce riempire di sé ogni aspetto del reale pur di non dover affrontare l'incertezza dell'ignoto, magari fraintendendo, piuttosto che tollerare di non sapere. Le regole del gioco sono dei mediatori che consentono una certa apertura dei sistemi di appartenenza nei confronti dell'estraneo, garantendo, allo stesso tempo, che non vengano distrutti o ignorati né gli uni, né gli altri. Consentono un avvicinamento fra le due parti, ma non un assorbimento dell'una nell'altra. Arginano l'emozionalità agita nel rapporto con il contesto, limitando, almeno in parte, la sostituzione della realtà esterna con quella interna. Un esempio di regole del gioco è costituito dalle *buone maniere* che regolano l'interazione sociale, sulla base di un convenzionale e ritualizzato rispetto dell'altro, ovvero di forme di cortesia che stabiliscono una distanza di rispetto reciproca che non va oltrepassata. In questo caso l'emozionalità agita viene

contenuta tramite l'impiego di determinati valori che sanzionano i comportamenti in adeguati o meno, al di là delle caratteristiche contestuali. Diversamente, le regole del gioco che si basano sullo scambio e sulla produttività riguardano norme più contestualizzate, che assumono valore e prerogative specifiche a seconda della situazione o del rapporto alle quali vengono applicate. In generale, possiamo affermare che le regole del gioco, segnando e definendo dei limiti, aiutano a rintracciare le risorse presenti nel contesto e a garantirne una fruizione condivisa da tutti gli attori sociali coinvolti nella relazione appartenenza-estraneità. Inoltre stabiliscono la condizione basilare per passare dall'agito, alla conoscenza emozionata, attraverso la simbolizzazione emozionale dei vari aspetti della realtà. La convivenza si fonda su dimensioni emozionali che si declinano lungo un continuum caratterizzato da due polarità (Carli, Paniccia, 2003). La prima di queste due, che possiamo ritenere la più primitiva, implica simbolizzazioni del contesto, caratterizzate da un massimo di simmetria polisemica e da una massima acontestualità. Ma cosa intendiamo per simmetria polisemica? Cos'è la polisemia? In linguistica, si dice che una parola è polisemica se acquista un significato diverso a seconda del contesto in cui è iscritta. Considerando l'origine etimologica, il termine significa: «che ha molti significati» (dal greco *πολύσημος*, composto da *πολυ-* «poli-» e *σημα-* «segno-»). In questo ambito, utilizziamo tale espressione secondo una diversa accezione: ampliamo la valenza di tale concetto, considerandolo in senso emozionale, per indicare la caratteristica che una parola, un oggetto, un evento possono acquisire all'interno della dinamica simbolica emozionale, per effetto della logica del modo di essere inconscio della mente. Pertanto, la polisemia non fa altro che facilitare la valutazione della realtà contestuale, racchiudendo in un'unica categoria molteplici aspetti e significati. Ciò sicuramente semplifica, ma contemporaneamente riduce la possibilità di una autentica comprensione della complessità insita in ogni aspetto del reale. Aspetti diversi fra loro vengono uniformati in un'unica categoria, escludendo differenze fondamentali presenti nel contesto. Un esempio tipico è dato dall'utilizzo delle categorie simboliche dicotomiche amico/nemico nell'organizzazione emozionale della relazione sociale, in cui il concetto stesso di estraneità viene mortificato,

riducendo l'ignoto al già noto, azzerando o alterando le differenze inevitabilmente presenti. Una relazione basata su queste categorie non può che condurre a un'interazione con l'altro, in cui predomina la dinamica del possesso e dell'assoluto disconoscimento dell'estraneità in quanto tale, rappresentando un tentativo inesorabile di assorbire ciò che non si conosce all'interno di categorie che non gli sono consone (Carli, Paniccia, 2003). L'analisi della domanda propone, quindi, un progressivo passaggio delle dinamiche emozionali verso una seconda polarità. Ciò avviene mediante l'elaborazione dell'agito emozionale, che comporta una sempre maggior riduzione dell'utilizzo di categorie polisemiche, ormai saturate, a favore di una relazione con il reale basata su un'autentica interazione, su uno scambio reciproco di informazioni e sulla negoziazione dei significati. Questa seconda polarità, la più evoluta, è caratterizzata da dinamiche affettive che tengono maggiormente conto delle peculiarità del contesto e che si basano su una dinamica di scambio produttivo.

Concentrando la nostra attenzione sul percorso evolutivo della simbolizzazione emozionale, nel suo rapporto con il contesto, da un minimo a un massimo di relazione con la specificità contestuale, ovvero da un massimo a un minimo di polisemia di significati possibili, possiamo distinguere tre tappe fondamentali. La prima riguarda categorie simboliche quali amico/nemico, oppure quelle che fanno riferimento al vissuto corporeo di chi simbolizza (dentro/fuori, alto/basso, davanti/dietro, etc.). In questa prima tappa, il grado di polisemia è massima. La seconda tappa, che occupa una posizione intermedia lungo questo ipotetico continuum, è costituita dalle *neoemozioni*, una sorta di copioni emozionali, sulla base dei quali si organizzano e strutturano rapporti entro un relativo ignoramento del contesto. La terza tappa, infine, a cui corrisponde un livello minimo di polisemia, si riferisce alle *culture locali*, veri e propri sistemi collusivi contestualizzati e storicizzati, caratteristici di specifici contesti (*ibidem*).

Nello studio e nella comprensione del fenomeno turistico in un determinato territorio, il poter conoscere ed analizzare la *Cultura Locale* emergente da un contesto dato può quindi rappresentare il primo passo fondamentale per poter consentire la realizzazione di un contatto autentico con

l'Alterità, che si basi sulla negoziazione di significati ed una dinamica dello scambio, in grado di favorire un arricchimento continuo e reciproco, che induca a mettere da parte stereotipi e pregiudizi ed a considerare l'estraneo una vera e propria risorsa per lo sviluppo del sistema sociale e delle relazioni al suo interno, in quanto portatore di diversità. Nel capitolo III di questo nostro lavoro sarà pertanto descritta la metodologia denominata *l'Analisi Emozionale del Testo* (AET) elaborata dagli stessi Carli e Paniccia (2002) per poter indagare la Cultura Locale emergente da un dato contesto oggetto di studio.

Capitolo III

L'Analisi Emozionale del Testo (AET): l'applicazione di uno strumento psicologico per un turismo responsabile nelle aree naturali protette

Alla luce di quanto è stato presentato nelle precedenti parti di questo nostro lavoro, si desidera adesso proporre l'ipotesi di applicazione di una metodologia che possa essere considerata un nuovo modo di analizzare il fenomeno turistico, in generale, ed intervenire all'interno delle mete turistiche che ospitano luoghi protetti, in particolare, favorendo la promozione di forme di turismo responsabile.

Volendo rintracciare, in ciò che è stato presentato fino a questo punto, un filo rosso in grado di delineare il percorso teorico seguito da chi scrive, nell'analisi e nello studio del fenomeno turistico legato alla fruizione e alla salvaguardia delle aree protette e che ha condotto alla realizzazione sul campo di un contributo di ricerca originale²², si desidera in questa parte del lavoro ripercorrere sinteticamente i punti principali della riflessione proposta, dando al lettore la possibilità di focalizzare l'attenzione su alcuni aspetti ritenuti, da chi scrive, fondamentali per la piena comprensione della proposta metodologica oggetto di riflessione di questo capitolo.

Abbiamo sottolineato come l'area naturale protetta, o, per meglio dire, l'Ente Gestore, possa ricoprire un ruolo di guida, rispetto agli altri stakeholder che agiscono sul territorio, nella promozione di uno sviluppo turistico sostenibile per l'ambiente naturale e per le comunità ospitanti. I principali strumenti gestionali e i codici di comportamento elaborati e riconosciuti a livello internazionale all'interno del dibattito sulla sostenibilità, hanno infatti indicato come elemento fondamentale la partecipazione di tutti i protagonisti locali e la gestione condivisa del processo di sviluppo dell'attività turistica sul territorio. Al fine di consentire tale partecipazione e condivisione, è necessario dare la parola, ascoltare e

²² I cui dettagli saranno descritti diffusamente nel capitolo successivo (il IV) del presente contributo.

rispettare gli interessi di tutti i stakeholder coinvolti. Abbiamo, quindi, sottolineato come i diversi portatori di interessi siano influenzati, nelle loro rappresentazioni del reale, non solo dai significati attribuiti al luogo e al loro legame affettivo con il territorio, ma anche dai vissuti emozionali che caratterizzano il loro entrare in relazione con i molteplici e complessi contesti di cui sono inevitabilmente parte.

La metodologia dell'*Analisi Emozionale del Testo* (AET) consente di cogliere nei discorsi la dinamica emozionale collusiva sottostante, andando oltre il mero contenuto manifesto del discorso. In questa parte del nostro lavoro, pertanto, ci soffermeremo sulla descrizione delle premesse teoriche che stanno alla base dell'AET e sugli aspetti metodologici secondo i quali tale strumento può essere impiegato, in particolare, per analizzare l'opinione degli stakeholder coinvolti nel fenomeno turistico nelle aree naturali protette e proporre forme di intervento in grado di favorire la realizzazione e lo sviluppo, nel tempo, di forme di turismo responsabile per tutti gli attori coinvolti.

3.1. Premesse teoriche

Secondo una cornice concettuale più ampia, il metodo e lo strumento di interpretazione che intendiamo proporre in queste pagine rientra a pieno titolo, all'interno dell'approccio psicosociologico allo studio del reale. La psicosociologia, intesa come orientamento alla ricerca, ma anche all'azione nel sociale, focalizza la propria attenzione sulle dimensioni socio-affettive che caratterizzano il rapporto tra l'individuo e i diversi contesti di cui è quotidianamente parte integrante, nei diversi momenti della vita sociale (Cfr. Barus-Michel, Enriquez, Lévy, 2002/2005). I concetti e gli approcci metodologici che tale disciplina propone sono infatti «[...] centrati sull'analisi dei *rapporti individuo/società in situazioni in cui le dimensioni psichiche e sociali sono strettamente connesse* [...]» (ivi, p. 1).

3. 1. 1. L'analisi del discorso: l'approccio psicosociologico

L'approccio psicosociologico pone l'accento sul fatto che l'analisi del discorso si

differenzia dalla mera analisi del contenuto. Quest'ultima, infatti, «Secondo una definizione classica (Berelson) è la messa in ordine sistematica, oggettiva, descrittiva, quantitativa del contenuto manifesto di un discorso» (Giust-Desprairies, Lévy, 2002/2005, p. 296). L'analisi del discorso si propone, di contro, come un processo di produzione di senso, che prenda in considerazione la natura polisemica e complessa del discorso stesso, «ricercando una dislocazione del significato più che la sola semplice scoperta del senso che vi sarebbe celato» (*ivi*, p. 297). Gli Autori precisano subito dopo che:

Qualsiasi discorso contiene e implica infatti una pluralità di significati, tra i quali uno soltanto è privilegiato da chi parla in funzione dell'intento comunicativo con cui si rivolge a dei destinatari presunti, identificati e identificabili. Il discorso è anche un oggetto sociale, organizzato secondo fattori che non sono soltanto i contenuti che si presume trasmetta o le strutture linguistiche proprie della lingua: sono anche le norme culturali che regolano gli scambi, le rappresentazioni, i desideri di riconoscimento reciproco, i giochi di potere mascherati, i vissuti emotivi condivisi, ecc. (*ibidem*).

Analizzare un discorso vuol dire quindi rivolgersi delle domande che il locutore stesso forse non ha mai formulato, rispettando comunque quello che è stato detto, ma altresì considerando più da vicino ciò che è stato espresso inconsapevolmente. L'obiettivo ultimo non è quello di trovare un “significato migliore” rispetto a quello che intendeva trasmettere il locutore, ma «[...] riconoscere, ed eventualmente fargli riconoscere, ciò che, se accetta di vederlo, si può rinvenire nella lettura del testo, per disporre il testo secondo un'altra organizzazione, un'altra logica latente» (*ivi*, p. 298). Il metodo dell'analisi del discorso consente infatti di porre in relazione quello che il soggetto dichiara, sia con il contesto socioculturale a cui appartiene, sia con il suo funzionamento psichico individuale, mettendo in evidenza in che modo l'organizzazione sociale trova espressione nella dinamica psichica del soggetto stesso mediante uno scambio costante e reciproco,

che consente ai contenuti psichici di dare un senso emozionale agli elementi socioculturali che caratterizzano il contesto. Tale metodologia, quindi, ricercando e proponendo la presa di coscienza di significati “altri”, si pone come finalità la realizzazione di cambiamenti attraverso la presa in considerazione di molteplici punti di vista e mediante lo svelamento di associazioni nascoste. Il soggetto che parla ed esprime la sua opinione su una data situazione, organizza il proprio discorso sulla base delle rappresentazioni sociali del contesto a cui appartiene, dando contemporaneamente espressione al proprio mondo psichico. «E parlando dei suoi desideri, delle sue attese, delle sue contraddizioni simbolizza la sua situazione entro un sistema di rappresentazioni collettive» (*ivi*, p. 303).

Seguendo un approccio psicosociologico è possibile identificare, quindi, la dimensione storico-sociale in cui è inserito il locutore, rintracciando il contesto collettivo a cui fa riferimento. Oggetto di analisi saranno in tal modo gli obiettivi che il soggetto si prefissa di raggiungere in quanto attore sociale di un dato contesto, ma anche le strategie che impiega e attraverso quali modi e mezzi riesce a porsi all'interno del quadro degli scambi sociali e dei rapporti di potere (*ivi*). I discorsi non possono essere mai disgiunti dalla realtà sociale in cui sono stati prodotti; la stessa realtà che rappresenta l'oggetto del discorso, infatti, pervade di sé ogni singola dichiarazione del locutore, che di essa è inevitabilmente parte. «Analizzare dei discorsi significa pertanto prendere parte alla storia sociale come si va elaborando, contribuire a darle un altro senso, fare emergere altri modi di parlarne, altri modi di parlarsi» (*ivi*, p. 306).

3. 1. 2. L'AET: il modello di Renzo Carli e Rosa Maria Paniccia

L'Analisi Emozionale del Testo è una metodologia di analisi del testo (originato da discorsi, conversazioni orali, o tratto da documentazioni scritte) che mediante un supporto modellistico, informatico e statistico consente, seguendo delle specifiche procedure, di cogliere i processi collusivi grazie ai quali un determinato gruppo sociale simbolizza emozionalmente un contesto o un dato tema. Si propone in tal modo una lettura del testo che colga il significato non intenzionale, inconscio; utilizzando il termine inconscio nell'accezione di processo mentale funzionale al

pensiero cosciente e alla sua capacità di produzione di senso e stabilendo in tal modo la seguente equazione: «testo = comportamento = atto che origina nella mente = modo d'essere cosciente/ modo d'essere inconscio della mente» (Carli, Paniccia, 2002, p. 46.)

Come abbiamo già spiegato²³, quindi, la nozione di processo collusivo, o più in generale, di collusione fa riferimento all'interazione tra il modo di funzionare inconscio della mente e quello conscio, che è alla base del riconoscimento di categorie affettive che possano aiutare l'individuo a leggere il reale ed a organizzare, di conseguenza, il proprio comportamento. La collusione è dunque un costrutto che secondo Carli e Paniccia (2002, p. 9) unisce «[...] il modello psicoanalitico del “modo di essere inconscio della mente” con la fenomenologia dell'interazione sociale entro specifiche aree della vita organizzativa e sociale, più in generale».

Carli e Paniccia (2002, p.15) precisano che l'AET consente di «[...] evidenziare *i processi collusivi che caratterizzano le realtà sociali*». E conoscere le dinamiche collusive emergenti da un dato contesto sociale è considerato dagli Autori il primo passo fondamentale per poter rintracciare, nel contesto oggetto di analisi, degli *indicatori di sviluppo organizzativo*, sulla base dei quali è possibile elaborare delle forme di intervento in grado di favorire tale sviluppo. Pertanto, tale metodologia si propone come prassi per una ricerca-intervento, che non finalizzi quindi i risultati della propria indagine ed analisi soltanto alla mera speculazione teorica, ma che parta dalla conoscenza delle specificità del contesto per poter intervenire su di esso. È opinione di chi scrive che proprio per tale aspetto, la metodologia proposta possa trovare, in generale, nello studio del fenomeno turistico un'interessante ambito di applicazione. In particolare, considerando l'area naturale protetta come un'organizzazione sulla quale convergono e sono rivolti non solo gli interessi e le azioni dei diversi protagonisti locali (ente gestore, residenti, operatori turistici e turisti), ma anche inevitabilmente le loro simbolizzazioni affettive, è possibile analizzare, mediante l'applicazione di tale metodologia, le opinioni e le rappresentazioni dei diversi stakeholder coinvolti, al

²³ Cfr. paragrafo 2.3. del Capitolo II.

fine ultimo di elaborare forme di intervento che possano favorire una comunicazione autentica e costante tra le diverse parti in causa, portandole ad agire responsabilmente nella realizzazione di uno sviluppo del fenomeno turistico realmente sostenibile.

L'insieme delle simbolizzazioni affettive evocate da un contesto e condivise da coloro i quali allo stesso contesto prendono parte, dà origine a un sistema collusivo che organizza i rapporti e le relazioni che al suo interno hanno luogo. I sistemi collusivi costituiscono dunque l'esito di un processo di socializzazione delle emozioni e svolgono un'importantissima funzione di semplificazione del reale, agendo come una sorta di *metamodello* che regola la comprensione della realtà sociale, riducendone la complessità e l'incertezza e mediando così la scelta dei comportamenti da mettere in atto all'interno del contesto di riferimento. Gli Autori propongono di definire tali sistemi collusivi *Cultura Locale* proprio per indicare la funzione di organizzatore della relazione sociale che rivestono per l'individuo. Carli e Paniccchia (*ivi*) quindi specificano che i termini *cultura* e *culturali* devo essere intesi, nel modello e nella metodologia proposti, come sinonimi di *processi collusivi*. Pertanto, analizzando i discorsi prodotti (mediante intervista, focus-group, questionari a risposta aperta, etc.) da un determinato gruppo sociale è possibile conoscerne la Cultura Locale emergente, in riferimento a un dato tema-stimolo proposto dal ricercatore. Nel caso in cui vengano analizzati con la medesima metodologia un testo tratta da scritti, documenti, articoli scientifici o divulgativi, libri, articoli di giornale su determinati argomenti o temi ritenuti interessanti dal ricercatore, il sistema collusivo emergente sarà definito *Letteratura*, indicando con tale termine la *costruzione emozionata della conoscenza* di un contesto dato e delle relazioni e gli oggetti che la caratterizzano. Come suggeriscono gli Autori, l'analisi di questo sistema collusivo (la Letteratura) può spesso rappresentare un'utile integrazione dell'analisi della Cultura Locale, a seconda delle finalità e degli obiettivi che si pone il ricercatore. «L'AET è una modalità, a nostro avviso importante, per individuare le reazioni emozionali evocate dal testo raccolto attorno ad un tema specifico; per mettere in relazione tra loro le differenti aree emozionali

evidenziate e per dare una visione d'insieme alla dinamica collusiva che il tema stesso evoca nella popolazione che ha prodotto il testo o nella letteratura esplorata su quel tema» (*ivi*, p. 45).

Ma come è possibile procedere per poter cogliere le reazioni emozionali? Per poter rintracciare le aree emozionali sottostanti e descrivere la dinamica collusiva emergente? Al fine di cogliere il senso emozionale del testo bisogna innanzitutto arginare il significato intenzionale, stabilito mediante le diverse relazioni linguistiche presenti nello stesso. Si dovrà, quindi, *destrutturare il legame intenzionale tra le parole*, considerando che «L'ipotesi è che nella lingua ci siano parole che veicolano in sé emozioni» (*ivi*, p. 49). Tali parole sono state definite dagli stessi Autori *parole dense* e sono caratterizzate da «[...] un massimo di polisemia e un minimo di ambiguità di senso emozionale» (*ibidem*), cioè parole che portano con sé un senso pieno, veicolando all'interno del testo, col loro occorrere e ricorrere, un significato affettivo ben preciso.

Escludendo tutte le parole che hanno la funzione di stabilire relazioni tra le altre (quali avverbi, pronomi, congiunzioni, verbi ausiliari) e che trovano il loro significato soltanto ponendosi una accanto all'altra, è possibile rintracciare quelle parole che di contro sono dotate di un significato affettivo pieno. Gli Autori ritengono infatti che «[...] tolta la struttura connettiva data dal linguaggio e individuata la sola ricorrenza di tali parole entro definite unità di testo, si possa stabilire un diverso nesso tra loro. Nesso differente da quello intenzionale, letto attraverso l'adozione di specifici modelli interpretativi, che prendono come oggetto la ricorrenza delle parole dense entro unità di testo; ricorrenza che ne diminuisce la polisemia e ne chiarisce il senso emozionale, entro quel testo» (*ibidem*). Pertanto, appare evidente che per poter cogliere il significato emozionale di un testo l'attenzione del ricercatore debba essere focalizzata, più che sul linguaggio e quindi sulle frasi in cui si declina il discorso, sulle singole parole. Il senso emozionale emergente potrà dunque essere integrato con il *significato coerente* del testo, comprensibile, di contro, attraverso la sua costruzione sintattica e semantica.

Utilizzando questo metodo è possibile ottenere *sequenze di parole* che

possono guidare il lettore lungo percorsi diversi ed inaspettati, che erano già nella mente del locutore, ma nei confronti dei quali non vi era nessuna intenzionalità comunicativa. E soprattutto:

Quando i testi sono prodotti da più persone che hanno, in comune, il contesto o la *tematica trattata nel loro discorso*; [corsivo nostro] i testi, quindi, sono “associazioni” ad uno stimolo comune, **allora la lettura “emozionale” del testo stesso consente inferenze sul processo collusivo** che concerne “quella” popolazione, in relazione a “quel” tema ed in rapporto a “quel” ricercatore che si è proposto come pre-testo per il discorso sul tema. Le inferenze, in altri termini, fanno riferimento al processo collusivo che coinvolge le persone partecipanti all'analisi, in funzione del contesto che le accomuna simbolicamente. I testi, se letti con un'ottica differente da quella volta a definirne il significato intenzionale, tramite la coerenza linguistica, possono suggerire informazioni interessanti sul processo collusivo di una specifica popolazione (*ivi*, p. 54).

Dalle sequenze di parole dense rintracciate nel testo, grazie all'ausilio di un software statistico di analisi testuale, potranno così emergere dei significati emozionali che potranno essere identificati e interpretati sulla base dei modelli teorici psicoanalitici e psicosociologici.

3. 2. Aspetti metodologici

Mediante tale metodologia è possibile analizzare sia testi scritti già esistenti sul tema oggetto di interesse oppure prodotti ad hoc in funzione di una domanda-stimolo posta dal ricercatore, sia discorsi e conversazioni orali (derivanti da colloqui, interviste individuali o di gruppo) audioregistrati e trascritti fedelmente parola per parola. Come abbiamo già indicato, a seconda della tipologia della fonte scelta si potrà procedere quindi all'analisi o della *Cultura Locale* o della *Letteratura*. Una volta raccolto il testo sarà effettuato il trattamento informatico e

statistico attraverso l'ausilio di un software di analisi testuale. Attualmente ne esistono di diversi e il ricercatore dovrà quindi scegliere il software che preferisce adottare, optando per un programma in grado di (Carli, Paniccia, 2002):

- effettuare una funzione di *disambiguazione* del testo, attribuendo il significato specifico corrispondente ai diversi casi di omografia e creando in tal modo un unico *corpus*, che potrà essere distinto in parti, attraverso l'attribuzione di *variabili strutturali o illustrative* (età, sesso, tipologia di soggetto, etc.) utilizzabili come etichette, al fine di favorire la possibilità di confronto tra i testi prodotti da molti soggetti;
- creare una *lista di tutte le parole* (o lessemi) presenti nel testo e scegliere tra queste alcune parole-chiave su cui concentrare l'analisi, dando la possibilità al ricercatore di effettuare *la scelta delle parole dense*, su cui si concentreranno le successive analisi;
- *suddividere il corpus in unità elementari*, impiegando dei criteri che il ricercatore potrà modificare in funzione dell'analisi che desidera condurre;
- eseguire *l'analisi delle corrispondenze* tra parole/lessemi ed unità di testo, identificando dei cluster di parole significativamente co-occorrenti all'interno di specifiche unità di testo in cui le stesse parole ricorrono.

L'esito del trattamento del testo attraverso il software sarà, pertanto, la creazione di cluster di parole dense disposti all'interno dello spazio fattoriale. I cluster così ottenuti saranno chiamati *Repertori Culturali* e lo spazio fattoriale *Spazio Culturale*.

Per ciò che concerne l'interpretazione dello Spazio Culturale e la relazione tra i Repertori Culturali, Carli e Paniccia (*ivi*) hanno altresì riscontrato che l'AET consente di rilevare tre fondamentali tappe all'interno del processo collusivo in atto, rintracciando delle *linee conduttrici* di tale regolarità. Regolarità, che come specificano gli stessi Autori, si presenta in forma di ricorsività delle tematiche emergenti, che vanno al di là delle specifiche forme di espressione assunte nei differenti contesti oggetti di analisi. Sono stati, in tal modo, identificati tre

essenziali contrapposizione, caratterizzanti gli Spazi Culturali, che consentono di rintracciare tre fondamentali dicotomie emozionali emergenti all'interno della relazione sociale:

- l'appartenenza;
- il potere;
- la realizzazione di sviluppo.

Osservando lo Spazio Culturale, la dinamica dell'appartenenza trova espressione nella contrapposizione tra le categorie emozionali del *dentro* e del *fuori*, disposte lungo il primo asse fattoriale (l'asse delle ascisse), rispettivamente sulla polarità negativa e in quella positiva. Sul secondo asse fattoriale (l'asse delle ordinate) si dispone la dinamica emozionale relativa al *potere*, contrapponendo la categoria emozionale del *potere alto* (sulla polarità positiva) a quella del *potere basso* (sulla polarità negativa). Infine, sul terzo fattore, vediamo contrapporsi la categoria emozionale dello *sviluppo alto* (polarità positiva) a quella dello *sviluppo basso* (polarità negativa). Tale fattore, tuttavia, come specificano gli stessi Autori non è sempre presente all'interno della Cultura Locale emergente, ma risulta essere particolarmente interessante, in quanto racchiude in sé gli indicatori di possibili vie di sviluppo e di crescita, già presenti nel sistema collusivo considerato, ma ancora non pienamente utilizzati.

Per quanto riguarda, invece, l'interpretazione dei Repertori Culturali, le sequenze di parole dense co-occorrenti, rintracciate all'interno del testo grazie all'utilizzo del software, possono essere analizzate dal ricercatore secondo due diverse modalità, che devono essere considerate come complementari e non certo escludentesi l'un l'altra. La prima consiste nell'*associare emozionalmente* sulle parole dense rilevate ed estrarre il significato emozionale dell'associazione stessa. Tale modalità è indicata dagli Autori come un *procedimento primitivo*, che consente l'assegnazione di un *nome evocativo* al raggruppamento di parole analizzate e viene considerato come un modo per riconoscere e comunicare il vissuto emotivo racchiuso nel gruppo di parole dense emergente. Tale tipologia di

analisi, tuttavia, non rende possibile l'interpretazione del *Repertorio Culturale*, nella sua specificità e soprattutto nel confronto con gli altri Repertori, che nel loro insieme costituiscono lo Spazio Culturale. Per far ciò, è necessario procedere seguendo la seconda modalità di analisi proposta dagli Autori, che consiste nell'*analizzare le co-occorrenze di parole dense* mediante l'ausilio di specifici modelli di analisi. Per compiere tale analisi è stato proposto il seguente criterio: si dovrà iniziare dalla parola densa che contribuisce maggiormente al raggruppamento di parole determinato dalla co-occorrenza delle stesse. Quella parola che, quindi, all'interno del Repertorio Culturale (cluster) presenta il maggior peso statistico, la quale, sarà affiancata a quella che la segue per rilevanza nel raggruppamento, per poi passare alla terza e così via fino a che tutte le parole siano state prese in considerazione. Per ciò che concerne il *metodo interpretativo* da adottare al fine di attribuire un significato emozionale agli incontri tra parole dense, Carli e Paniccia (2002) propongono un insieme di modelli che possono essere utilizzati come linee guida per procedere nell'interpretazione del processo collusivo emergente, aggiungendo che: «Si tratta, evidentemente, di proposte suscettibili di progressive evoluzioni, completamenti, cambiamenti, in funzione del progredire della ricerca e dell'esperienza sul campo. Siamo consapevoli di aprire un nuovo campo di ricerca, non ancora dissodato, ove le nostre proposte si pongono quali primi approcci ad un tema di rilievo nello studio dei fenomeni sociali e della loro base emozionale, fondata sulla simbolizzazione affettiva verbale» (*ivi*, p. 33).

Esula dagli scopi di questo nostro lavoro descrivere tutti i modelli di analisi proposti dagli Autori e pertanto si rimanda il lettore incuriosito in merito, al contributo originale²⁴. D'altra parte gli Autori stessi specificano quanto sia importante per lo psicologo/ricercatore che intende utilizzare la metodologia dell'Analisi Emozionale del Testo non lasciarsi paralizzare dai modelli proposti, ma cogliere l'occasione per verificare la validità dei propri modelli interpretativi che, nel rispetto del modello teorico proposto, possano cogliere le specificità del fenomeno oggetto di studio, nonché delle peculiarità contestuali che hanno fatto

²⁴ Carli, Paniccia (2002).

da cornice alla ricerca empirica condotta sul campo. Si precisa altresì che nel capitolo V di questo nostro lavoro, interamente dedicato all'analisi della Cultura Locale emergente dall'indagine condotta nella (e sulla) Riserva Naturale Orientata dello Zingaro, saranno descritti i modelli di analisi, descritti dagli Autori nella loro proposta metodologica, ritenuti coerenti ed applicabili allo specifico caso oggetto di studio. Si invita adesso a proseguire la lettura di questo nostro contributo al fine di conoscere in dettaglio le peculiarità dell'area oggetto di studio, dell'Ente Gestore, dei Comuni e dei soggetti coinvolti e il metodo applicato nella ricerca condotta, che saranno minuziosamente descritti nel capitolo che segue.

Capitolo IV

La ricerca

Partendo dal presupposto che un'area naturale protetta può essere considerata come un *contesto* e quindi un luogo (non solo fisico, ma anche mentale) che dà origine a un insieme organizzato di relazioni strutturate e consolidate sulla base delle rappresentazioni emozionali dei diversi stakeholder coinvolti, chi scrive ha deciso di condurre sul campo una ricerca qualitativa. La finalità di tale ricerca è infatti quella di analizzare i possibili modi in cui le simbolizzazioni affettive elaborate nei confronti del luogo e del rapporto tra industria turistica ed ambiente naturale e socio-antropologico, dai residenti, dai turisti e dai gestori della riserva naturale, possano favorire la promozione di forme di turismo responsabile. È stato pertanto esplorato il processo collusivo emergente attorno ad una specifica riserva naturale presente sul territorio siciliano e sono state elaborate delle ipotesi interpretative, tenendo conto dei punti di vista di tutti i portatori di interesse coinvolti e valutando quindi il possibile utilizzo dei modelli interpretativi così elaborati per promuovere un turismo che, nella sua attenzione ai principi della sostenibilità, sappia altresì divenire occasione di crescita e di apprendimento di una modalità più autentica e responsabile di entrare in contatto con l'Altro da sé, trasformando l'esperienza turistica in un'occasione di crescita per tutti i protagonisti coinvolti.

4. 1. Il caso studio

Al fine di verificare la possibile utilità del modello teorico e della metodologia proposti per l'analisi del processo collusivo emergente dal confronto dei differenti stakeholder che gravitano attorno ad un'area naturale protetta, è stata condotta una ricerca empirica sul territorio siciliano. In particolare è stata scelta la Riserva Naturale Orientata dello Zingaro, la prima riserva istituita nella Regione Sicilia, che proprio nell'anno 2011 ha festeggiato il trentennale della sua istituzione.

Grazie alla sua longeva istituzione, la Riserva costituisce oggi una realtà consolidata sul territorio siciliano e proprio per tale aspetto è stata considerata un ottimo caso sul quale valutare l'efficacia della metodologia di ricerca proposta per analizzare il fenomeno turistico e le percezioni dei diversi protagonisti coinvolti. Nelle parti che seguono saranno descritte in dettaglio l'area oggetto di studio con i suoi diversi protagonisti, i soggetti coinvolti nella ricerca, il metodo adottato e i risultati emergenti da un'analisi preliminare dei contenuti. Per la descrizione della Cultura Locale e dei Repertori Culturali emergenti si rimanda il lettore al capitolo V, che sarà totalmente dedicato all'analisi del processo collusivo che ha caratterizzato la Riserva Naturale Orientata dello Zingaro. Procediamo quindi con ordine, iniziando dalla descrizione dell'area naturale protetta.

4. 1. 1. L'area naturale protetta²⁵

La Riserva Naturale Orientata dello Zingaro è stata istituita, mediante una legge della Regione Siciliana, il 6 maggio 1981, sotto la spinta dell'imponente pressione dell'opinione pubblica che si era attivamente opposta alla continuazione dei lavori per la costruzione della strada litoranea che avrebbe dovuto collegare il Comune di San Vito Lo Capo con Scopello, frazione del Comune di Castellammare del Golfo (Provincia di Trapani). Nei primi mesi del 1980, infatti, l'Assessorato Regionale al Turismo aveva progettato e finanziato la costruzione di tale strada, a scapito della devastazione di uno dei pochi tratti di costa siciliana (quello compreso tra la Cala Mazzo di Sciacca e la Tonnarella dell'Uzzo) rimasti ancora indenne alla cementificazione. I lavori di tracciamento della strada, tuttavia, determinarono la reazione di naturalisti, scienziati, archeologi, in prima istanza, e successivamente anche di uomini di cultura e più in generale di semplici cittadini. Tale reazione costrinse l'ente erogatore ad interrompere i finanziamenti. La protesta comunque non si fermò e venne costituito un comitato che, mediante il

²⁵ Le informazioni riportate nel seguente paragrafo sono state tratte da:

- a) Alaimo, F. *Lo Zingaro: Riserva Naturale Orientata*. Palermo: Fabio Orlando Editore. (Opuscolo informativo distribuiti dalla Direzione della Riserva Naturale Orientata dello Zingaro, in collaborazione con la Regione Siciliana e l'Azienda Regionale Foreste Demaniali);
- b) Canzoneri, R. (Ed.) (1991). *Lo Zingaro*. Palermo: Arbor.;
- c) Il sito ufficiale della Riserva, alla seguente pagina web: <http://www.riservazingaro.it>

fondamentale contributo della stampa siciliana e nazionale, diede battaglia su numerosi fronti, formulando disegni di legge, proposte ed iniziative, tutte finalizzate all'istituzione di una riserva che avrebbe definitivamente tutelato il tratto di costa. Venne altresì stilato un documento che fu sottoscritto da giornalisti, uomini di cultura, politici, scienziati, magistrati, sindacalisti e semplici cittadini e che fu presentato come appello al Presidente dell'Assemblea Regionale Siciliana, chiedendo che la zona fosse inclusa tra quelle da proteggere con urgenza, per il grande valore storico-scientifico del territorio ma anche per la sua bellezza paesaggistica e naturalistica. Infine, l'Associazione dei Forestali di Sicilia, il Club Alpino Siciliano, Italia Nostra, il WWF e Legambiente organizzarono, per il 18 maggio del 1980, quella che dalla gente del posto viene ormai definita “la famosa marcia”, che portò sui luoghi oggetto della contesa seimila cittadini amanti della natura. Tale marcia sancì definitivamente la presa di coscienza del problema da parte della gente. E la risposta della Regione non tardò ad arrivare: nel luglio del 1980 furono infatti emanate dall'Assemblea Regionale Siciliana la Legge 84/80 e la Legge 98/81. La prima sanzionò un principio di importanza eccezionale che non aveva ancora avuto riscontro nelle leggi votate al Parlamento Nazionale e che consentiva l'espropriazione di aree di grande interesse naturalistico e paesaggistico per motivi di pubblica utilità; la seconda decretò l'istituzione di Parchi e Riserve nella Regione Sicilia. Furono quindi espropriati i 1650 ettari di territorio, che furono consegnati al demanio forestale e in tal modo nacque la Riserva Naturale Orientata dello Zingaro. Tale area protetta è stata definita *Riserva-simbolo*, in quanto la sua nascita, fortemente voluta dall'opinione pubblica, stabilisce una nuova modalità dei siciliani di confrontarsi con le problematiche ambientali inerente il proprio territorio. Inoltre costituisce l'*emblema* dell'adozione di una nuova ottica nella gestione della politica dell'ambiente da parte della Pubblica Amministrazione: le leggi e le norme regionali emanate in materia di Parchi e Riserve Naturali rappresentano infatti una fondamentale testimonianza di progresso sociale, culturale e civile, in materia di protezione e di salvaguardia di aree territoriali di forte interesse naturalistico, nonché di fruizione delle stesse da parte di visitatori e cittadini. In effetti, era

intenzione dei legislatori garantire la protezione di queste aree non soltanto per salvaguardare particolari siti dal punto di vista naturalistico, ma altresì consentire una gestione dell'ambiente che, grazie ad un'ottica dinamica e costruttiva, riuscisse ad integrare gli interessi dell'uomo con quelli dell'ambiente da proteggere. Obiettivo ultimo era proprio quello di valorizzare le risorse naturali mediante un'intelligente sintesi con la cultura e le tradizioni popolari del luogo e l'inevitabile fruizione da parte della collettività.

La Riserva è oggi considerata tra le più attrezzate del territorio siciliano e tra le prime ad aver intrapreso delle iniziative volte al recupero delle attività tradizionali. Si estende per 1650 ettari, lungo un tratto di costa frastagliata di circa sette chilometriche, percorrendo il litorale tra Scopello e San Vito Lo Capo. Il tratto di costa è interrotta da sette piccole cale fatte di ciottoli, raccolte da massicci rilievi calcarei. In altezza raggiunge la quota massima di 913 metri, in corrispondenza del suo punto più alto, il Monte Speziale. Sebbene sia una riserva terrestre il mare ne caratterizza fortemente tutti i suoi scorci e paesaggi, arricchendone lo sfondo dei colori e delle forme dei fondali subacquei, costituendo il perfetto completamento degli altri aspetti naturalistici del territorio. Al suo interno sono presenti tre musei: quello Naturalistico, quello dell'Attività Marinare ed infine quelle della Civiltà Contadina. Sono altresì presenti un Centro Visitatori, destinato alle attività di educazione ambientale, promosse dall'Ente Gestore ed organizzate dal Centro di Educazione ed Interpretazione Ambientale, in collaborazione con l'Istituto per l'Educazione alla Terra; due aree attrezzate (ciascuna in corrispondenza dell'ingresso Sud e dell'ingresso Nord); alcuni caseggiati rurali adibiti al bivacco. La flora è caratterizzata dalla presenza di più di 650 specie vegetali di grande interesse naturalistico, delle quali più di quaranta sono gli endemismi e numerose quelle rare. Assolutamente peculiare della Riserva è la *gariga a palma nana* che cresce sul territorio con una straordinaria densità ed esuberanza. Ricco è anche il patrimonio faunistico: è presente infatti, grazie alle varie nicchie ecologiche presenti, una diversità elevata non rintracciabile in altre area dell'isola. In particolare sono presenti più di quaranta specie di uccelli, tra i quali i più numerosi ed importanti sono i rapaci. Anche l'ambiente marino è ricco

di biodiversità: rilevante è la presenza del *marciapiede di vermetidi*²⁶, endemismo mediterraneo presente esclusivamente negli ambienti caratterizzati da una alta “qualità” del mare.

La presenza dell'uomo nel territorio dello Zingaro risale già al periodo Paleolitico. Il più antico insediamento umano del territorio risale a 10.000 anni fa le cui tracce (resti umani in sepolture e numerosi utensili) sono state ritrovate all'interno della Grotta dell'Uzzo, che costituisce oggi uno dei più importanti siti archeologici della Sicilia. I resti umani e gli utensili rinvenuti, insieme a quelli di alcuni mammiferi, sono oggi custoditi nel Museo Archeologico Regionale di Palermo.

4. 1. 2 L'Ente Gestore

La gestione della Riserva Naturale Orientata dello Zingaro è affidata all'Azienda Regionale Foreste Demaniali della Sicilia. Tale azienda costituisce un Dipartimento dell'Assessorato Agricoltura e Foreste ed è dotata di propria personalità giuridica e di gestione autonoma. È stata istituita mediante la Legge Regionale 10/49 con il compito di occuparsi del demanio forestale, del suo ampliamento e miglioramento favorendo l'incremento dell'economia delle aree boschive e montane. Con la Legge Regionale 16/96 all'Azienda sono state assegnate ulteriori competenze, riconoscendole un ruolo decisamente maggiore nella gestione e nella tutela del territorio. Tra le competenze aggiuntive possiamo ricordare:

- gestione delle riserve naturali;
- gestione dei terreni boscati o comunque di interesse naturalistico o paesaggistico, di proprietà di enti locali o di altri enti pubblici;
- interventi di miglioramento, conservazione e valorizzazione di terreni anche privati, compresi nel territorio di parchi naturali;
- realizzazione e gestione di impianti di lavorazione o di trasformazione di prodotti del bosco;

²⁶ Trattasi di una biocostruzione che ha origine dal concrezionamento di due specie di piccoli molluschi gasteropodi, i cui gusci costituiscono attraverso un progressivo accrescimento stratiforme una vera e propria piattaforma calcarea a pelo d'acqua.

- formazione e gestione di arboreti, giardini botanici, con scopi scientifici e divulgativi;
- coltivazione di piante da frutto appartenenti alle varietà tipiche tradizionalmente coltivate nel territorio siciliano;
- organizzazione di corsi di formazione e di campi di lavoro;
- organizzazione di convegni e pubbliche manifestazioni;
- pubblicazione di libri e periodici aventi finalità di ricerca scientifica, divulgazione o informazione;
- assistenza tecnica ad enti o a privati in materia forestale.

La struttura del Dipartimento Azienda prevede un Ufficio Centrale che ha sede nel capoluogo siciliano e nove Uffici Provinciali (U.P.A.) che operano direttamente sul territorio.

Il Dipartimento oggi è Ente Gestore di 33 aree protette regionali la cui superficie è pari nel complesso a 70252 ettari, che corrispondono all'80.7% del totale del territorio attualmente occupato dalle Riserve Naturali nella Regione Sicilia. Per ciò che concerne la gestione delle Riserve Naturali, l'Azienda svolge le seguenti attività, ciascuna delle quali prevede diversi incarichi:

- Gestione e valorizzazione del patrimonio forestale;
- Valorizzazione delle attività tradizionali tipiche;
- Tutela della fauna selvatica ed endemica;
- Studi e ricerca;
- Fruizione, divulgazione, educazione ambientale ed editoria.

In particolare, la sede della Direzione della Riserva Naturale Orientata dello Zingaro si trova nel Comune di Castellammare del Golfo in prossimità della sede del Nucleo Forestale di Vigilanza.

4. 1. 3. I Comuni

La Riserva, che si estende per 1656.38 ettari, si trova nella provincia siciliana di Trapani, compresa tra i Comuni di Castellammare del Golfo e di San Vito Lo

Capo, che se ne contendono la paternità. In particolare, ricadono nel Comune di Castellammare del Golfo 73.26 ettari (circa il 4.4% del territorio dell'area protetta) e nel Comune di San Vito Lo Capo i restanti 1583.12 ettari (circa il 95.6%)²⁷.

Il Comune di **Castellammare del Golfo** si estende su una superficie di 127.14 km², a 26 metri sul livello del mare²⁸. La cittadina occupa verosimilmente l'area in cui sorgeva l'antico porto di Segesta. Probabilmente fondata dal popolo degli Elimi, che si ritiene fossero discendenti del popolo Troiano e si erano stabiliti a Segesta, divenendo i padroni della Sicilia Nord-Occidentale. Si succedettero quindi le dominazioni romana, bizantina ed araba che coinvolsero tutta l'isola siciliana. Nel periodo della dominazione araba, la cittadina fu denominata *Al Madarig* ("le scale"), probabilmente in riferimento alla lunga scalinata che dalla parte più alta del paese giungeva fino al porto, apparendo a chi la osservava da lontano come una roccaforte sovrastata dalla montagna e resa inespugnabile dalla costruzione del fortilizio. In quel tempo fu un polo commerciale molto importante. Delle successive epoche, normanna e sveva, sono poche le notizie che sono pervenute. Presumibilmente gli svevi fortificarono ulteriormente la cittadina attraverso la costruzione della fortezza sul mare, che portò alla nuova denominazione di *Castrum ad mare* (Castello a mare). Furono comunque gli Aragonesi che, avendo preso possesso della città dopo i Vespri Siciliani, sistemarono definitivamente la possente fortificazione della cittadina. In quel periodo la città fu terra baronale di proprietà di Federico d'Antiochia e diventò un importante polo commerciale per l'esportazione del grano. Un'ulteriore espansione della città di Castellammare si verificò nel periodo compreso tra il Seicento e l'Ottocento, in cui si ebbe luogo un significativo e crescente sviluppo. Oggi la cittadina ha una popolazione di circa 15293²⁹ abitanti e grazie allo straordinario valore naturalistico delle sue coste e dell'immediato entroterra si

²⁷ Informazioni tratte dal sito istituzionale del Dipartimento Regionale Azienda Foreste Demaniali: <http://www.regione.sicilia.it/agricolturaeforeste/azforeste/riserve.asp?id=33>

²⁸ Informazioni tratta alla pagine web: http://it.wikipedia.org/wiki/Castellammare_del_Golfo
Le informazioni che seguiranno sono tratte invece da Alaimo, F. (1991) Castellammare del Golfo: Antico emporio segestano. Palermo: Priulla (Opuscolo di informazione turistica distribuito dalla Provincia di Trapani).

²⁹ Dato ISTAT relativo alla popolazione residente al 31 dicembre 2010, tratto da: <http://demo.istat.it/bil2010/index.html>

propone come interessante polo di attrazione turistica. Dal belvedere è possibile ammirare la splendida vista della cittadina che, contornata dal meraviglioso Golfo, si estende dalle pendici di un'aspra montagna ricoperta da una florida vegetazione, dolcemente verso il mare, fino a raggiungere la penisola in cui sorge il castello, abbracciata da due bellissime spiagge sabbiose. Non è possibile non notare la bellezza di tali spiagge sabbiose in finissima ghiaia, poste in prossimità dell'abitato e che si trasformano progressivamente in frastagliata scogliera, sovrastata da un mare cristallino e dagli splendidi fondali (Di Pasquale, 1991). A pochi chilometri da tale cittadina, si trova il piccolo borgo antico di Scopello con i suoi bellissimi faraglioni. E poi fino ad arrivare all'ingresso dello Riserva dello Zingaro, si susseguono i suggestivi scorci di Cala delle Mosche, Scoglio del Passero, Cala dell'Ovo e Mazzo di Sciacca. Nello splendido panorama si ergono altresì la Torre Bennistra, la Torre di Guidaloca ed altre torri minori che risalgono al XVI secolo e che furono costruite per avvistare l'eventuale presenza di pirati saraceni sulla costa. Anche l'entroterra offre interessanti itinerari turistici: a solo sette chilometri dal paese si trovano ad esempio le Terme Segestane costruite su quattro sorgenti di acque sulfuree dai potenti effetti terapeutici. Nelle vicinanze sorgono i resti di un castello arabo denominato *Caltha-Met*, vale a dire Castello dei Bagni. Percorrendo pochi chilometri è possibile raggiungere inoltre Segesta, la più importante delle sedi urbane del popolo degli Elimi e nota meta turistica per il tempio, il teatro e il santuario.

Il Comune di **San Vito Lo Capo** si estende su una superficie di 59.68 km², a 6 metri sul livello del mare³⁰ ed ospita una popolazione pari a circa 4366³¹ abitanti. Rinomata località turistica siciliana, tanto da essere stata eletta, proprio nel 2011, la migliore spiaggia italiana dal sito *TripAdvisor*, il più noto sito di recensioni di viaggio a livello mondiale, aggiudicandosi il primo posto della prima edizione del *Travellers' Choice Beaches Awards*³².

La cittadina è nata alla fine del Settecento alle falde di Monte Monaco,

³⁰ Informazioni tratte alla pagine web: http://it.wikipedia.org/wiki/San_Vito_Lo_Capo

³¹ Dato ISTAT relativo alla popolazione residente al 31 dicembre 2010, tratto da: <http://demo.istat.it/bil2010/index.html>

³² Informazione tratta dalla seguente pagina web: <http://trapani.blogsicilia.it/san-vito-lo-capo-migliore-spiaggia-ditalia/38007/>

nella splendida baia di spiaggia bianchissima compresa tra Capo San Vito e Punta Solanto. Sono state ritrovate numerose tracce della presenza dell'uomo sul territorio che risalgono all'epoca paleolitica, mesolitica e neolitica. Una leggenda narra della l'esistenza di un'antica borgata, denominata *Conturrana*, una grande rupe, staccata dalla montagna e posta a 500 passi dalla riva, sulla quale presumibilmente sorse alla fine del IV secolo a.C. un piccolo centro abitato.

La cittadina sorge attorno ad un'antica fortezza saracena (oggi Santuario) che nel corso dei secoli ha subito diversi interventi edilizi; il primo dei quali risale al Trecento, in cui fu costruita una piccola cappella dedicata a San Vito Martire, il santo patrono del piccolo borgo marinaro. Si narra che il giovane Vito, originario di Mazara del Vallo, convertitosi al Cristianesimo, fu costretto a lasciare il proprio paese, in compagnia della sua nutrice Crescenza, per sfuggire alle persecuzioni dell'imperatore Diocleziano. La fama dei miracoli attribuiti ai due santi crebbe al punto da indurre, alla fine del Quattrocento, alla trasformazione della cappella in una fortezza/alloggio che potesse ospitare i tanti pellegrini giunti nella cittadina, mantenendoli al riparo e difendendoli da malintenzionati e banditi. A causa delle sempre più frequenti incursioni barbariche, lungo le coste furono edificate numerose torri per poter avvistare tempestivamente navi pirati all'orizzonte. Fu quindi edificata una torre anche sul santuario. Le prime abitazioni attorno all'edificio furono costruite solo all'inizio del Settecento e verso la fine del secolo sorse, intorno alla chiesa, il primitivo nucleo di case che diede origine così alla cittadina di San Vito Lo Capo. Nei secoli successivi la cittadina è stata meta di esploratori, viaggiatori e commissari governativi³³.

Oggi la località è nota, oltre che per la sua splendida spiaggia di sabbia bianchissima e per l'acqua cristallina che caratterizza la costa, anche per alcune manifestazioni internazionali grazie alle quali il Comune sembra essere riuscito piuttosto efficacemente a destagionalizzare la domanda turistica, richiamando sul posto un considerevole numero di visitatori e di turisti anche nei cosiddetti periodi di bassa stagione. Primo tra queste, per importanza e notorietà, è sicuramente il

³³ Informazioni tratte dal sito ufficiale del Comune di San Vito Lo Capo: <http://www.comune.sanvitolocapo.tp.it>

*Cous Cous Fest*³⁴, definito come il Festival Internazionale dell'integrazione culturale. Ponendo al centro dell'attenzione la preparazione del cous cous, viene, infatti, proposto un confronto tra paesi dell'area euro-mediterranea, offrendo ai visitatori e curiosi giunti sul posto degustazioni di ricette originali e fantasiose, al fine ultimo di decretare il Paese vincitore. A far da cornice all'evento la presenza di ospiti famosi, musica e concerti di autori e cantanti del panorama musicale italiano. Inaugurata nel 1998 e giunta, quindi, alla sua quattordicesima edizione, la manifestazione ha luogo ogni anno nelle ultime due settimane del mese di settembre. Viene organizzata dal Comune con il patrocinio del Ministero delle Politiche agricole, alimentari e forestali e dello Sviluppo economico e finanziata dagli Assessorati Turismo, Territorio e Ambiente e Politiche agricole e forestali della Regione Siciliana e grazie alla presenza di sponsor, quali Unicredit, Electrolux Professional, Bia Italia Spa e Conad.

Un'altra manifestazione organizzata dal Comune di San Vito Lo Capo è il *Festival Internazionale degli Aquiloni*³⁵, inaugurato nel 2009 e giunto nel 2011 alla sua terza edizione dopo il grande successo delle prime due edizioni che hanno richiamato sul luogo centinaia di migliaia di appassionati e visitatori. La manifestazione ha luogo nell'ultima settimana del mese di maggio ed è impreziosita dalla presenza di ospiti d'onore e di artisti. L'evento è organizzato con il patrocinio, oltre che del Comune di San Vito Lo Capo, anche del Dipartimento per lo sviluppo e la competitività del turismo della Presidenza del Consiglio dei Ministri, del Ministero dell'Ambiente e della Tutela del territorio e del mare, della Regione Siciliana, dell'Assessorato Turismo, Sport, Spettacolo della Regione Siciliana, della Provincia di Trapani, del Comune di Mazara del Vallo, della Camera di Commercio, Industria ed Artigianato di Trapani, dell'Azienda Sanitaria Provinciale di Trapani e del Rotary International Club di Trapani.

³⁴ Informazioni tratte dal sito ufficiale dedicato all'evento: <http://www.couscousfest.it/>

³⁵ Informazioni tratte dal sito ufficiale dedicato all'evento: <http://www.festivalaquiloni.it/>

4. 2. Il metodo

Nel mese di gennaio 2011 è stata presentata una richiesta formale di autorizzazione per lo svolgimento della ricerca al Dipartimento Regionale Aziende Foreste Demaniali, sottoponendola alla cortese attenzione del Dirigente Generale, il dottore Salvatore Giglione. La richiesta è stata accolta con estrema cortesia e quindi inoltrata al Direttore della Riserva Naturale Orientata dello Zingaro, la dottoressa Valeria Restuccia, la quale si è resa immediatamente disponibile per un colloquio conoscitivo e per avere maggiori informazioni sull'indagine che si intendeva svolgere. La proposta è stata accolta con entusiasmo e disponibilità ed è stato stabilito per il mese di aprile l'inizio delle rilevazioni.

La rilevazione sul campo si è svolta tra il mese di aprile e luglio del 2011. Sono state così condotte delle interviste individuali semistrutturate, elaborate *ad hoc*³⁶ ai fini della ricerca, che sono state audioregistrate e successivamente trascritte fedelmente³⁷. Le interviste sono state rivolte a tre diverse tipologie di soggetti:

- i lavoratori dell'Ente Gestore;
- i residenti dei Comuni di Castellammare del Golfo e di San Vito Lo Capo;
- i turisti in uscita al termine di una visita alla Riserva Naturale Orientata dello Zingaro.

Specificatamente le interviste ai lavoratori della Riserva sono state condotte nei mesi di aprile e maggio; le interviste ai residenti nel mese di giugno e nel mese di luglio quelle destinate ai turisti in visita all'area protetta.

I soggetti lavoratori dell'Ente gestore sono stati intervistati presso le seguenti sedi:

- la Direzione della Riserva Naturale Orientata dello Zingaro, nella sede di Castellammare del Golfo del Dipartimento Regionale Azienda

³⁶ Per le tracce delle interviste semistrutturate si rimanda il lettore all'Appendice B.

³⁷ In Appendice C sono inseriti alcuni esempi di tali trascrizioni.

Foreste Demaniali;

- l'Ingresso Sud (Lato Scopello) della Riserva;
- l'Ingresso Nord (Lato San Vito Lo Capo) della Riserva.

In particolare, presso la Direzione della Riserva le interviste sono state condotte sia nell'Ufficio Amministrazione, sia nell'Ufficio del Nucleo della Vigilanza. Le interviste presso l'Ingresso Sud si sono svolte in Biglietteria, al Centro Visitatori, al Museo Naturalistico e al Museo della Manna. Presso l'Ingresso Nord le interviste hanno avuto luogo in Biglietteria, al Museo delle Attività Marine e al Museo della Civiltà Contadina. I soggetti residenti sono stati intercettati lungo le vie o le piazze principali del rispettivo Comune di appartenenza. I turisti in uscita dall'area naturale protetta sono stati, infine, intercettati all'interno della Riserva, in prossimità dei punti di uscita, sia all'Ingresso Sud, che all'Ingresso Nord.

Nel complesso, quindi, sono state realizzate 110 interviste, così ripartite in funzione della tipologia di destinatario:

- 30 interviste ai lavoratori dell'Ente gestore;
- 40 interviste ai residenti, di cui 20 di Castellammare del Golfo e 20 di San Vito Lo Capo;
- 40 interviste ai turisti in uscita dalla Riserva, di cui 20 dall'Ingresso Sud (lato Scopello) e 20 dall'Ingresso Nord (lato San Vito Lo Capo).

Le interviste sono state condotte faccia a faccia, individualmente. E mediante esse sono state indagate le seguenti aree tematiche:

- la descrizione del luogo e il significato attribuito ad esso;
- le risorse ed i vincoli percepiti dell'area naturale protetta;
- la valutazione della gestione dell'area naturale protetta ed i possibili miglioramenti;
- la valutazione dell'impatto del turismo sul territorio;

- il rispetto dell'ambiente;
- il turismo responsabile.

È stato inoltre indagato, nelle interviste ai lavoratori e ai residenti, anche il seguente aspetto:

- i benefici percepiti come derivanti dall'attività turistica sul territorio.

Per ciò che concerne le interviste condotte con i turisti, invece, sono stati altresì indagati i seguenti argomenti:

- la motivazione alla scelta di visitare la Riserva;
- la soddisfazione per la visita appena effettuata;
- l'accoglienza ricevuta dalla gente del posto.

Le interviste così realizzate sono state trascritte ed utilizzando tali trascrizioni è stato realizzato un unico *corpus*, costituito dall'insieme delle risposte dei soggetti coinvolti. Il corpus così ottenuto è stato analizzato mediante il software di analisi testuale T-LAB³⁸. Tale software soddisfa infatti le condizioni indicate da Carli e Paniccchia (2002) per l'applicazione della metodologia dell'AET.

Attraverso una prima fase di *lemmatizzazione*³⁹ è stato possibile così rintracciare nel corpus i sintagmi costituiti da due o più parole che rimandano ad un significato unitario e sono state distinte, ad esempio, le seguenti forme:

area protetta, aspetti positivi, aspetti negativi, punti di forza, punti di debolezza, rispettare l'ambiente, turismo responsabile, San Vito, educazione ambientale, palma nana, servizi igienici, attività turistica, posti di lavoro, buona gestione, gente del posto.

Mediante una seconda fase di *disambiguazione*, invece, sono state trasformate le forme omografe, distinguendo, ad esempio:

³⁸ Lancia (2004).

³⁹ Mediante l'ausilio della funzione *Liste di locuzione*.

- il sostantivo maschile *rispetto*, dalla voce verbale in prima persona singolare;
- il sostantivo maschile *personale*, dall'aggettivo;
- il sostantivo femminile *porta*, dalla voce verbale in terza persona singolare;
- il sostantivo maschile *Comune*, dall'aggettivo.

È stato altresì personalizzato il Dizionario, per i casi non riconosciuti in maniera automatica dal software, rinominando o raggruppando i lemmi in modo da non perdere le specificità di significato proprie del testo oggetto di studio.

Infine al corpus, nella sua versione definitiva così ottenuta, sono state applicate le seguenti funzioni:

- Mappa dei nuclei tematici
- Tipologie di Contesti elementari;
- Analisi delle corrispondenze;
- Analisi delle specificità;
- Cluster Analysis.

I risultati delle applicazioni di tali funzioni sono descritti e commentati dettagliatamente nel paragrafo 4. 4. di questo capitolo, dedicato alle analisi preliminari e nel capitolo V, riservato totalmente all'analisi della *Cultura Locale* emergente.

4.3. I soggetti coinvolti⁴⁰

Alla ricerca hanno partecipato complessivamente 110 soggetti (63.6% uomini, 36.4% donne) di età compresa tra i 20 e i 72 anni ($M = 43.06$; $DS = 10.629$). Come è possibile vedere dalla **Tabella 1**, i soggetti coinvolti possiedono, per la maggior parte, un livello di istruzione medio-alto. Circa il 27.2% dei soggetti intervistati è costituito dai lavoratori dell'Ente Gestore, circa il 36.3% dai residenti dei vicini Comuni di Castellammare del Golfo e di San Vito Lo Capo e circa il 36.3% dai turisti in uscita dalla Riserva Naturale Orientata dello Zingaro.

Tabella 1: Distribuzione di frequenza dei soggetti per titolo di studio conseguito

Titolo di studio conseguito	<i>ni</i>	<i>fi</i>
Nessun titolo	1	0,9
Licenza Elementare	3	2,7
Licenza Media	21	19,1
Diploma	54	49,1
Laurea	31	28,2
Totale	110	100

I trenta lavoratori dell'Azienda Regionale Foreste Demaniali che hanno deciso di prendere parte alla ricerca, sono di età compresa tra i 33 e i 62 anni ($M = 49.70$; $DS = 6.98$) e sono per il 90% di sesso maschile. Ogni giorno (a seconda dei turni di lavoro) raggiungono la Riserva Naturale Orientata dello Zingaro o la sede della Direzione della Riserva (e i diversi uffici che la compongono) dai differenti Comuni di residenza, compresi nelle province di Trapani e di Palermo (Cfr. **Tabella 2**). Il 40% dei lavoratori ha conseguito il diploma, il 33.3% la licenza media, il 13.3% la laurea ed il 10% la licenza elementare. Un solo soggetto ha dichiarato di non possedere alcun titolo di studio. I soggetti intervistati si differenziano altresì per anzianità lavorativa e ruolo, vale a dire per il tempo da cui lavorano all'interno della Riserva, distribuendosi in un intervallo temporale compreso da un minimo di 3 mesi ad un massimo di 28 anni ($M =$

⁴⁰ I dati inseriti in tale paragrafo sono stati elaborati mediante l'applicazione del software di analisi statistiche SPSS (versione 15.0).

231.27⁴¹ e $DS = 79.14$ ⁴²) e ricoprendo attualmente diverse mansioni (si veda **Tabella 3**).

Tabella 2: Distribuzione di frequenza dei lavoratori Ente Gestore per Comune di residenza

Comune di residenza	<i>ni</i>	<i>fi</i>
Alcamo	5	16,7
Calatafimi	1	3,3
Castellammare del Golfo	5	16,7
Castelluzzo	1	3,3
Custonaci	1	3,3
Montelepre	1	3,3
Palermo	3	10
Partinico	1	3,3
Salemi	1	3,3
San Vito Lo Capo	9	30
Trapani	1	3,3
Valderice	1	3,3
Totale	30	100

I quaranta residenti intervistati, di età compresa tra i 20 e i 72 anni ($M = 38.23$ e $DS = 11.833$), sono il 60% uomini e il 40% donne. Come abbiamo già indicato, il 50% degli intervistati risiedono a Castellammare del Golfo e gli altri 50% a San Vito Lo Capo. I soggetti coinvolti risiedono nel Comune di appartenenza da un minimo di 2 anni a un massimo di 72 anni ($M = 32.43$; $DS = 14.386$). In particolare, il 65% ha altresì dichiarato di vivere sul posto da *sempre*. I partecipanti alla ricerca hanno affermato di aver visitato l'area naturale protetta dello Zingaro da un minimo di 2 volte a un massimo di 100 volte ($M = 30.80$; $DS = 33.725$), nell'intero arco della propria vita. Specificatamente, nei residenti di Castellammare del Golfo è stato riscontato un numero medio di volte pari a 37.7 ($DS = 35.740$) e nei residenti di San Vito Lo Capo una media di 23.9 volte ($DS = 30.936$).

⁴¹ Espressa in mesi e corrispondente a circa 19 anni.

⁴² Espressa in mesi e corrispondente a circa 6 anni e 6 mesi.

Tabella 3: Distribuzione di frequenza dei lavoratori Ente Gestore per Mansione ricoperta

Mansione lavorativa	<i>ni</i>	<i>fi</i>
Addetto ai servizi	3	10
Addetto ai musei	2	6,7
Addetto al patrimonio silvo-pastorale	2	6,7
Bracciante agricolo	3	10
Capo squadra	1	3,3
Comandante Nucleo Vigilanza Corpo Forestale	1	3,3
Direttore della Riserva	1	3,3
Funzionario Amministrativo	1	3,3
Guida naturalistica	1	3,3
Incaricato progettazione Ufficio Tecnico	1	3,3
Intrecciatore	3	10
Ispettore Corpo Forestale	3	10
Membro Nucleo Vigilanza Corpo Forestale	1	3,3
Mulattiere	2	6,7
Operaio	4	13,3
Perito Tecnico Corpo Forestale	1	3,3
Totale	30	100

Il 57.5% dei residenti che hanno partecipato alla ricerca ha dichiarato di possedere un diploma di scuola media superiore, il 17.5% una laurea e il restante 25% la licenza media. I soggetti hanno altresì dichiarato di svolgere attualmente le attività professionali indicate nella **Tabella 4**. Il 67.5% ha dichiarato di svolgere comunque un'attività legata al turismo e il restante 32.5% di non essere influenzato, nell'espletamento della propria professione, dalla presenza del turismo sul territorio.

I quaranta turisti che hanno partecipato alla ricerca, di età compresa tra i 26 e i 62 anni ($M = 42.93$; $DS = 9.034$), sono per il 52.5% donne e per il 47.5% uomini. Come abbiamo già sottolineato, il 50% dei soggetti è stato intervistato, al termine della visita alla area naturale protetta dello Zingaro, all'Ingresso Sud (Lato

Scopello) e l'altro 50% all'Ingresso Nord (Lato San Vito Lo Capo). Il 50% dei soggetti ha conseguito una laurea, il 47.5% possiede un diploma e il restante 2.5% la licenza media. I soggetti hanno altresì dichiarato di svolgere attualmente le attività professionali indicate nella **Tabella 5**, a pagina seguente.

Tabella 4: Distribuzione di frequenza dei residenti per professione svolta

Professione	<i>ni</i>	<i>fi</i>
Addetto custode museo	1	2,5
Addetto ricevimento in albergo	3	7,5
Agente di viaggio	1	2,5
Albergatore	2	5
Assistente ai bagnanti	1	2,5
Casalinga	1	2,5
Commerciante	8	20
Grafico pubblicitario	1	2,5
Impiegato	2	5
Impiegato Ufficio Turistico	2	5
Imprenditore	4	10
Insegnante	3	7,5
Libero professionista	1	2,5
Non occupato	1	2,5
Operatore ecologico	1	2,5
Operatore turistico culturale	1	2,5
Pensionato	1	2,5
Pescatore	1	2,5
Psicologo	1	2,5
Segretaria	1	2,5
Studente	3	7,5
Totale	40	100

Come si può vedere dalla **Tabella 6**, i turisti intervistati sono arrivati in Sicilia da diverse regioni italiane. L'unico soggetto siciliano coinvolto nella ricerca, in quanto proveniente⁴³ dalla parte orientale della regione e trovandosi in vacanza sul posto per qualche giorno, è stato considerato a pieno titolo un turista rispetto al

⁴³ Il Comune di residenza indicato dal soggetto è Acireale (CT).

territorio oggetto di studio.

I soggetti coinvolti hanno trascorso in Sicilia da un minimo di 4 a un massimo di 15 giorni di vacanza ($M = 9.40$; $DS = 4.024$). L'85% ha dichiarato di essere venuto per la prima volta in vacanza sul posto e il 15% di essere ritornato a visitare questi luoghi.

È stato altresì chiesto ai soggetti di indicare la località in cui hanno pernottato la sera precedente alla visita alla Riserva Naturale Orientata dello Zingaro (si veda **Tabella 7**).

Tabella 5: Distribuzione di frequenza dei turisti per professione svolta

Professione	<i>ni</i>	<i>fi</i>
Agente di commercio	2	5
Architetto	1	2,5
Avvocato	1	2,5
Casalinga	1	2,5
Commessa	1	2,5
Dottorando di ricerca	2	5
Educatore	2	5
Funzionario di banca	1	2,5
Impiegato	15	37,5
Imprenditore	1	2,5
Ingegnere	1	2,5
Insegnante	5	12,5
Libero professionista	1	2,5
Medico	1	2,5
Operaio	1	2,5
Professore d'orchestra	1	2,5
Psicologo	1	2,5
Quadro	1	2,5
Segretaria	1	2,5
Totale	40	100

Tabella 6: Distribuzione di frequenza dei turisti per regione di residenza

Regione di residenza	<i>ni</i>	<i>fi</i>
Campania	2	5
Emilia Romagna	4	10
Lazio	4	10
Lombardia	8	20
Marche	4	10
Piemonte	3	7,5
Puglia	2	5
Sicilia	1	2,5
Toscana	8	20
Trentino Alto Adige	1	2,5
Veneto	3	7,5
Totale	40	100

Tabella 7: Distribuzione di frequenza dei turisti per luogo di pernottamento

Luogo di pernottamento	<i>ni</i>	<i>fi</i>
Alcamo	2	5
Calatafimi	1	2,5
Castellammare del Golfo	7	17,5
Castelluzzo	3	7,5
Custonaci	1	2,5
Mazara del Vallo	2	5
Palermo	2	5
San Vito Lo Capo	12	30
Sciacca	1	2,5
Scopello	5	12,5
Scurati	1	2,5
Trapani	1	2,5
Triscina	1	2,5
Xitta	1	2,5
Totale	40	100

4. 4. Analisi e risultati preliminari

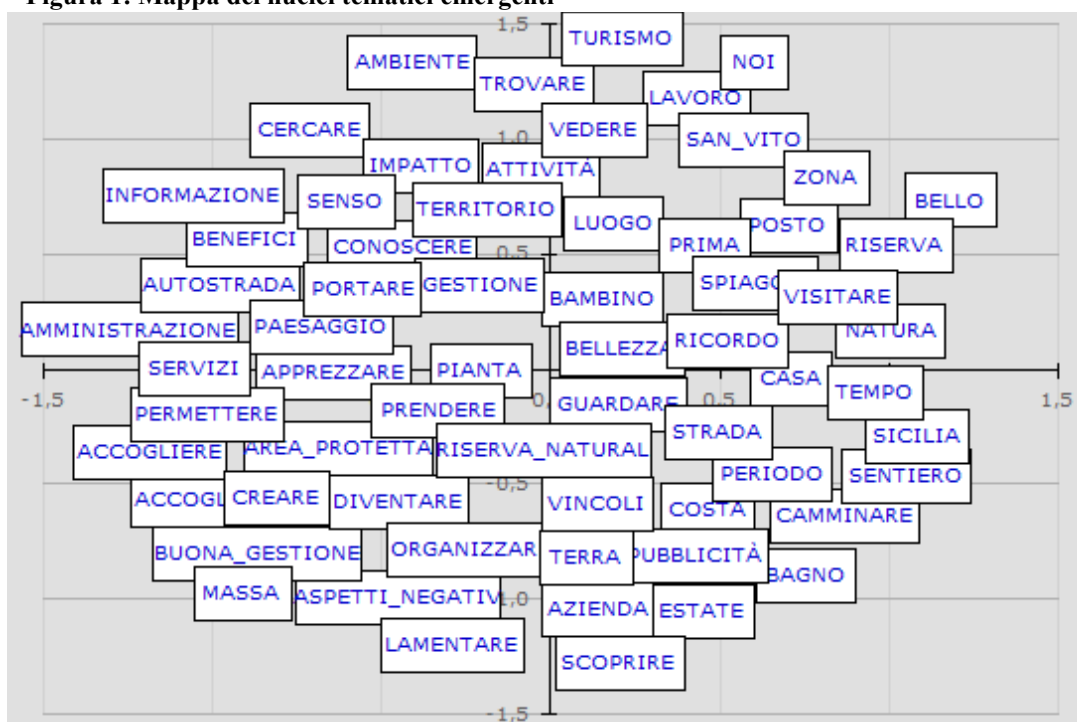
Il *corpus* sottoposto ad analisi mediante il software di analisi testuale T-LAB è costituito da 88341 occorrenze (*token*) di 7338 forme (*type.*), raggruppate in 4771 lemmi. Sono state altresì rintracciate 3565 forme presenti nel testo con una sola occorrenza (*hapax*). Al fine di mettere a conoscenza il lettore dei principali contenuti tematici emergenti, prima di procedere all'applicazione della metodologia nota come *Analisi Emozionale del Testo* (AET), chi scrive ha deciso di analizzare il corpus adottando due diverse strategie proposte da Lancia (2004) e denominate metaforicamente dall'Autore stesso:

- la strategia del pescatore;
- la strategia del fotografo.

«[...] nell'ipotesi che il pescatore, quando getta la propria rete, non sa quali tipi di pesci saranno presi e quanti; mentre il fotografo, prima di scattare le sue istantanee, ha già qualche idea sulle fisionomie dei suoi soggetti» (*ivi*, p. 141). La prima strategia, infatti, consente di esplorare le associazioni tra parole e frasi, impiegando degli strumenti in grado di analizzare le relazioni tra profili di co-occorrenze. La seconda strategia, di contro, rende possibile esplorare le somiglianze e le differenze tra i profili di occorrenze nei sottoinsiemi del corpus, suddivisi in funzione delle variabili preventivamente scelte dal ricercatore stesso (*ivi*).

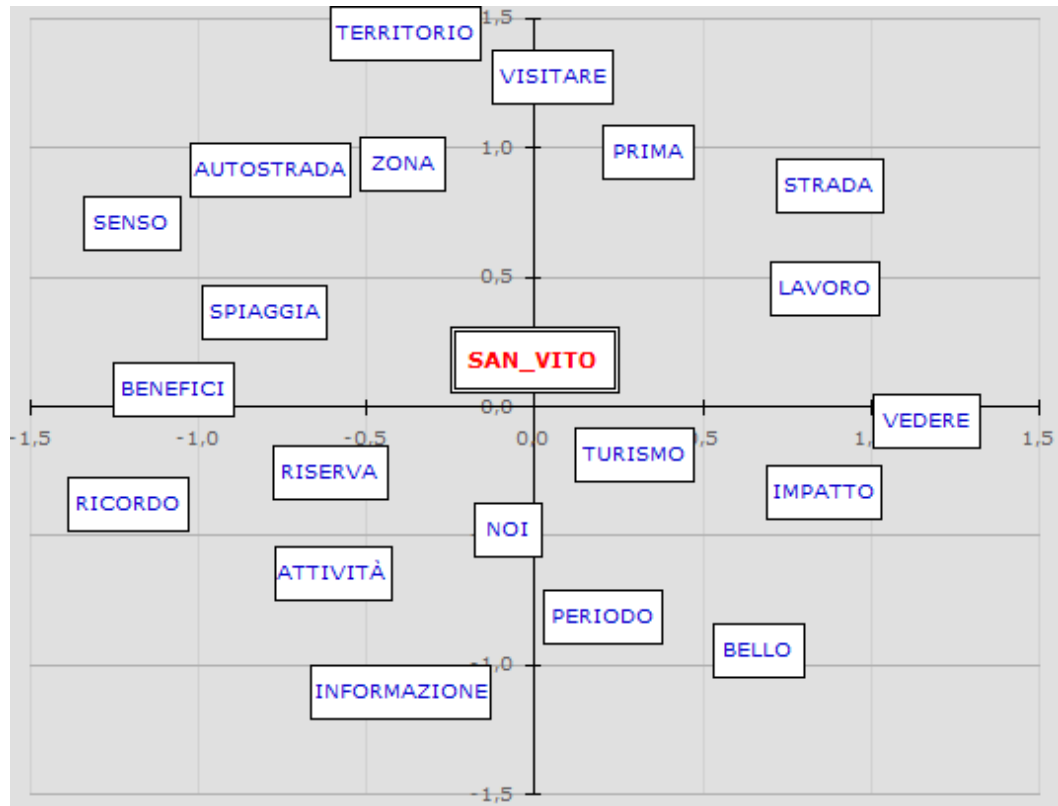
Seguendo la *strategia del pescatore*, quindi, decidiamo di utilizzare inizialmente la funzione *Mappa dei nuclei tematici*, per esplorare le aree tematiche emergenti dal corpus considerato nel suo insieme. Nella **Figura 1**, ciascun rettangolo rappresenta un sottoinsieme di unità lessicali co-occorrenti all'interno dei contesti elementari del corpus. L'unità lessicale posta al centro del rettangolo ne costituisce l'etichetta (*label*), in quanto presenta il valore di occorrenza maggiore all'interno di ciascun cluster considerato. Ad esempio, all'interno del cluster *San_Vito* sono comprese le seguenti unità lessicali: San Vito, Castellammare, Scopello e Comune.

Figura 1: Mappa dei nuclei tematici emergenti



In particolare, nella **Figura 2** è possibile osservare le relazioni tra il cluster San_Vito e gli altri cluster rintracciati dal software. L'applicazione della funzione *Mappe dei nuclei tematici* rende possibile una preliminare esplorazione del corpus, permettendo di analizzare i diversi nuclei tematici rintracciati e le loro associazioni. Tuttavia, non consente di approfondire le relazioni tra le tematiche emergenti poiché, come indica lo stesso Lancia (2004, p. 141) «[...] i nuclei tematici sono in qualche modo tutti presenti, ma i loro contenuti e le loro relazioni non sono facili da interpretare». Per poter procedere, quindi, ad una sintetica analisi dei contenuti emergenti dal corpus, decidiamo di utilizzare la funzione *Tipologia dei contesti elementari*, la quale consente di rintracciare pochi e significativi cluster, costituiti da insiemi di parole e frasi (i contesti elementari, appunto), che condividono lo stesso contesto di riferimento e riguardano pertanto temi relativamente omogenei. Viene in tal modo elaborata una possibile soluzione a cinque cluster, che propone la seguente distribuzione: al primo cluster appartengono il 19.86% dei contesti elementari, al secondo il 24.79%, al terzo il 10.07%, al quarto il 17.88% ed al quinto il restante 27.39%.

Figura 2: Associazione di nuclei tematici per il cluster San_Vito



Al fine di descrivere con maggior dettaglio il contenuto di ciascun cluster saranno presentati, nelle pagine che seguono, le principali parole che li caratterizzano e saranno riportati, altresì, alcuni dei contesti elementari che li compongono.

Cluster 1

mare; bello; punti di forza; calette; paesaggio; natura; punti di debolezza; sentiero, colori; bellezza; pulire; vegetazione; selvaggio; caletta; splendido; stupendo; scorcio; pianta; intatto; colore; curato; camminare; incontaminata; naturale; soddisfatto; montagna; meraviglioso; passeggiata; flora; soddisfare; fauna; riservato; spettacolo; verde; piacere; percorso; barca.

Molto, molto soddisfatto! Veramente molto bella, curata, molto curata, molto ben

tenuta e poi tra l'altro siamo riusciti ad arrivare alla seconda caletta, cos'è? Cala dell'Iuzzo? Sì, vicino alla grotta, Cala dell'Uzzo. Di fatto non siamo andati poi tanto in là, eh! Esatto! Esatto! Oh Dio! I punti di forza? Il mare, la natura, direi questo.

Sicuramente al primo posto la bellezza del mare, perché è nitido e il mare proprio della Riserva, non affollata la spiaggia, proprio bellissimo il mare! Poi la natura, certo! La flora e la fauna tipica della zona, la vegetazione, la macchia mediterranea e alcune specie che sono quasi in via d'estinzione.

Sì, sì. Mi è piaciuto molto! Sì, sì, sì. Il mare, è bello sì! Il mare è bello, è pulito, quindi va bene! I punti di forza sono forse appunto la difficile accessibilità e forse questo è un punto di forza perché evita il turismo di massa. E comunque la bellezza, il fatto di essere così selvaggio.

I punti di forza, beh, sicuramente intanto come è tenuto. È tenuto molto bene. E il mare, bellissimo e i colori. Sicuramente questo. Mah, oddio adesso, punti di debolezza. Non sono andato fino a San Vito, ci siamo fermati a quella a sette chilometri, quindi non l'ho vista tutta, però io onestamente non ne ho trovato.

Mah, che è bella, sì! Abbastanza curata, nel senso che è sempre bene organizzata, ci sono cestini: è pulita. Ci sono sette calette e si può arrivare sia via mare, giustamente non si può attraccare, non si può stare vicina alla spiaggia, però anche a piedi e c'è un bel po' da camminare, però è bella: è da fare!

Cluster 2

albergo; turismo; aumentare; ristorante; San Vito; servizi; positivo; gente; impatto; sfruttare; prendere; economia; territorio; incremento; maggiore; estate; buono; persona; conseguenza; gettare; soldi; togliere; afflusso; massa; Castellammare; manifestazione, incrementare; potenzialità; benefici; persona; lamentare;

culturale; paese; popolazione; offrire; sperare; mancare; locale.

Quindi diciamo che ha un impatto notevole. Positivo: è fondamentale per l'economia. È tutto il turismo a San Vito. E tutto gira attorno al turismo. Ma secondo me, tolto al primo posto il beneficio economico, quello è fuori di dubbio, è il fatto stesso di confrontarsi con culture diverse e io parlo, voglio dire, non solo con altre regioni, gente di altre regioni [...].

Beh, a parte quello economico e lavorativo, diciamo che il turismo porta, porta anche conoscenza perché tu ti confronti con tante persone, quindi io penso che anche ti aumenta a livello culturale interagendo con le altre persone, perché ci si scambiano opinioni e si viene a conoscenza di usanze anche di altre popolazioni, perché molte persone del nord Europa vengono qui a San Vito [...].

Per cui, a parte tutte queste cose e servizi che si fanno continuamente, c'è anche il passaparola e quindi viene ogni anno sempre più gente. Allora, uhm, ha potenzialità enormi, allora San Vito Lo Capo, diciamo che da sempre è attrezzato per il turismo. Ovviamente la Riserva gli ha dato un incremento in più.

Giustamente a San Vito, io parlo di San Vito, perché sono sanvitese, quindici anni fa, trentanni fa c'erano tre ristoranti, due alberghi; adesso San Vito è pieno di ristoranti ed alberghi e questo è un bene, perché a San Vito tutti si vive con il turismo che viene nella Riserva, giustamente. Anche se San Vito ha una bellissima spiaggia.

Ancora Castellammare ne ha di strada da fare, prima che il turismo... e si possa dire «Sì, è un paese turistico!» Il turismo? Mah, io penso che un pizzico di ossigeno all'economia lo porta. Un pizzico! Niente di che! Niente, niente di che, anche perché mancano le strutture.

Cluster 3

carino; disponibile; accoglienza; eccezionale; vincoli; gentile; ottimo; accogliere; socievole; acqua; persona; ospitali; gestione; regolamento; museo; raccolta differenziata; turista responsabile; personale; informazione; siciliano; camper; campeggio.

Ottima! Sì, accoglienza ottima! Sia qua che, intende qua oppure in Sicilia? Questa zona qua? Estremamente gentili e disponibili, sì. E beh, penso che l'attività turistica abbia un'influenza molto positiva, anche perché per la gente del posto è un lavoro. non so adesso d'inverno che tipo di attività ci sia qua, se ci sono delle fabbriche.

Buona, buonissima accoglienza. Siamo in campeggio a Castellammare, al Nausica, guarda lui è un ragazzo, cioè noi ci siamo trovati davvero bene! Molto carini, disponibili, ma anche dove siamo andati anche a mangiare, tutti molto carini e disponibili.

Abbiamo trovato persone molto disponibili che ci hanno dato una spiegazione molto, molto approfondita. Sì, se si potesse prendere dell'acqua fresca a metà sentiero non sarebbe male! Sì, perché ne abbiamo portata tanta, ma non basta, perché si suda tantissimo. Ottima! Sì, sì, sì! L'accoglienza è stata molto calorosa.

L'accoglienza da parte dei siciliani in generale? Al primo impatto un po' duri! Poi si sciolgono! Ma anche nelle risposte, un po' diretti, ecco! Un po' diretti, poi magari continuando il discorso sono gentili, perché poi le informazioni te le danno tutte, si preoccupano anche se arrivi, però c'è questo primo impatto un po'... [...].

Sono braccianti agricoli, ma dove li vediamo questi braccianti agricoli? Fanno di tutto e di più: sono disponibilissimi, sono persone veramente eccezionali,

eccezionali, lo dico veramente.

Cluster 4

Sicilia; azienda; riserva; istituire; preciso; fiore all'occhiello; direzione; particolare; rimanere; partecipare; Zingaro; ricordo; lavorare; conoscere; rappresentare; gestire; tempo; apprezzare; uscire; lontano; accessibile; unico; amore; guardare; esperienza; conservare; marcia.

Uhm, per l'Azienda rappresenta, come si può dire, il fiore all'occhiello perché è stata la prima riserva ad essere istituita in Sicilia, dalla 98 dell'81, e poi, abbiamo fatto da scuolaguida, da pionieri per tutte le altre riserve, sia nel bene sia nel male, ancora oggi sono valide le iniziative che abbiamo intrapreso vent'anni fa [...].

Per l'Azienda diciamo che è il fiore all'occhiello, perché è stata la prima e quindi ci sono tante riserve qui in Sicilia, ambienti che sono comunque belli. Però essendo stata la prima ad essere istituita quindi è l'emblema, un pochetto il fiore all'occhiello della, tra l'altro quest'anno, come sicuramente ricorda c'è stato il trentennale e c'è stato una, una manifestazione [...].

Cosa rappresenta? Va beh, l'Azienda della riserva dello Zingaro ne ha fatto sempre un emblema, perché come prima riserva ad essere istituita in Sicilia, quindi, diciamo che è la punta di diamante, il territorio, come dire, più pubblicizzato perché effettivamente è il più conosciuto.

Perché io sono amante della natura e ci sono delle spiaggette meravigliose. Tutto, tutto è bello. Divertimento, diciamo, passione: tutto. Mah, per l'Azienda lo Zingaro è principalmente il fiore all'occhiello, diciamo, di tutte le riserve della Sicilia, perché è stata la prima tra l'altro, in Sicilia e forse anche in Italia.

Intanto l'Ente Gestore è l'Azienda Foreste Demaniali. E l'Azienda Foreste Demaniali gestisce trentatre riserve in Sicilia. E lo Zingaro, of course, è il fiore all'occhiello! Perché è stata la prima riserva ed è stata come il primo figlio! E poi essendo stata la prima riserva, ha avuto molte più attenzioni.

Cluster 5

rispettare; rispettare l'ambiente; ambiente; significare; possibile; cercare; pulizia; lasciare; mantenere; turismo responsabile; distruggere; luogo; amministrazione; parco; pubblico; riserva naturale; inquinare; sporcare; responsabile; rispetto; rischio; posto; ordine; civile; rifiuti; pubblicizzare; attrazioni; rispettoso; deturpato; curare.

[...] in generale, oh che bella domanda! Ci sarebbe tanto da dire, però. Rispettare l'ambiente significa raccogliere tutto quello che si consuma e cercare di, non so, mantenere il più possibile l'equilibrio dell'ambiente. Quindi non creare casino! Non urlare! Turismo responsabile? Quello che le ho detto prima, penso. Un turismo che rispetta l'ambiente.

Significa tutto! Rispettare l'ambiente significa, io per ambiente non intendo solo, ma tutto. È una cosa vitale, essenziale: si rispetta! Avendo rispetto per gli altri, avendo soprattutto, come una regola che non si usa più: « La tua libertà finisce dove inizia quella dell'altro! » Adesso la libertà è « Io ho cento euro e sono un signore!»

Il turismo responsabile, è quello che sa, che cerca di conoscere i luoghi e la gente del punto, del posto dove andrà a fare il turista e cerca di rispettarli, cioè cerca di conoscerli senza interagire malamente, di rispettarli e di lasciare come ha trovato appunto e di essere curioso, ma non di cercare di modificare quello che incontra.

Rispettare l'ambiente significa utilizzarlo in maniera intelligente, utilizzarlo in

maniera che ci sia un equilibrio tra il paesaggio e ciò che si vuole fare. Il turismo responsabile è un turismo che non distrugge la costa, non inquina le acque. Il turismo responsabile è un turismo che salvaguarda l'ambiente.

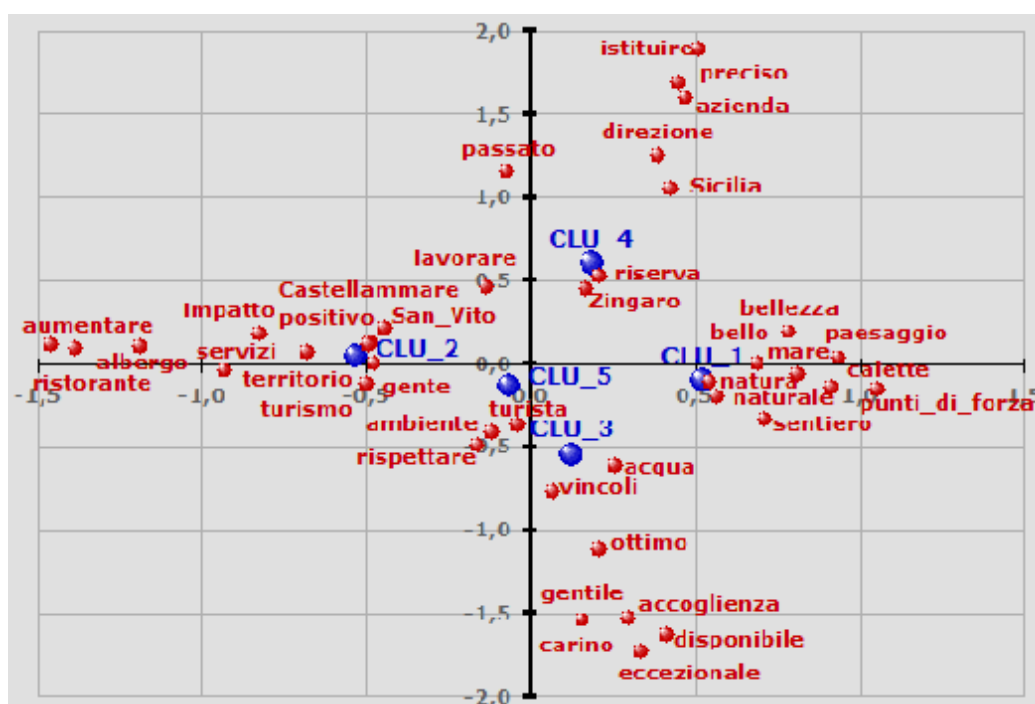
In funzione dei contenuti è possibile quindi attribuire un titolo ad ogni cluster, una sorta di etichetta che possa raggruppare sinteticamente i diversi significati a cui fanno riferimento i contesti elementari che lo compongono:

- Le caratteristiche salienti della Riserva Naturale Orientata dello Zingaro (**Cluster 1**);
- Gli effetti del turismo sul territorio (**Cluster 2**);
- Disponibilità della popolazione locale e gestione del fenomeno turistico sul territorio (**Cluster 3**);
- Significato attribuito alla Riserva Naturale Orientata dello Zingaro (**Cluster 4**);
- Il rispetto dell'ambiente e il turismo responsabile (**Cluster 5**).

Si può inoltre analizzare la relazione tra i suddetti cluster, osservando possibili somiglianze e differenze, attraverso un'analisi delle corrispondenze tra le parole-chiave e i cluster così ottenuti. In **Figura 3** è rappresentata nello spazio fattoriale la distribuzione dei cinque cluster ed i principali lemmi che li caratterizzano. Come si può osservare, il Cluster 1 e il Cluster 2 sono disposti in direzione opposta lungo il primo fattore, rappresentato sull'asse X delle ascisse. Il Cluster 3 e il Cluster 4, di contro, si dispongono in maniera opposta lungo il secondo fattore, rappresentato sull'asse Y delle ordinate. Il Cluster 5, infine, occupa una posizione relativamente centrale rispetto sia ai due fattori⁴⁴ che agli altri quattro cluster. È opinione di chi scrive che quest'ultimo cluster potrebbe forse rappresentare, per i contenuti tematici a cui si riferisce, una sorta di argomento “trasversale”, in grado di suggerire evocativamente una possibile via da percorrere per il raggiungimento di un compromesso tra aspettative e rappresentazioni contrapposte.

⁴⁴ Sebbene sulla polarità negativa di entrambi i fattori.

Figura 3: Rappresentazione dei 5 cluster nello spazio fattoriale e principali lemmi



Infatti, osservando le posizioni occupate dai diversi cluster, nonché le unità lessicali che caratterizzano la polarità positiva e negativa di entrambi i fattori, è possibile rintracciare una sorta di “filo rosso” che possa indicare una relazione semantica tra i lemmi che li caratterizzano. Il primo fattore, pertanto, potrebbe essere definito *Fruibilità turistica del territorio*, intendendo con essa una sovradimensione in cui le peculiarità geografiche ed ambientali del territorio ed il loro inevitabile effetto sull'attrattività (polarità positiva) sono contrapposte alla diffusione del fenomeno turistico sul territorio ed agli effetti ed alle conseguenze dell'espletamento delle attività legate all'accoglienza dei visitatori e alla fruizione (polarità negativa). Il secondo fattore, di contro, potrebbe essere definito *Significatività turistica dei luoghi*, indicando con essa una sovradimensione in cui il significato attribuito al luogo e il legame che si instaura nei confronti dell'ambiente in cui si vive, si lavora o si transita (polarità positiva) si contrappongono alla possibilità di accogliere e rispettare l'*altro da sé* nell'esperienza turistica, condividendo con esso i propri spazi (polarità negativa).

Insieme i due fattori spiegano il 61.24% della varianza riscontrata nel corpus⁴⁵.

Per approfondire ulteriormente l'analisi del contenuto, abbiamo deciso di seguire altresì la *strategia del fotografo* (Lancia, 2004), applicando lo strumento *Analisi delle corrispondenze* per confrontare le occorrenze di unità lessicali tra sottoinsiemi ed analizzare possibili somiglianze e differenze emergenti in funzione della variabile *soggetto intervistato*. Tale variabile (SOGG_) è stata distinta all'interno del corpus nelle seguenti cinque modalità:

- operatore Ente Gestore (OEG);
- residente Castellammare del Golfo (RCDG);
- residente San Vito Lo Capo (RSLC);
- turista ingresso sud (TIS);
- turista ingresso nord (TIN).

L'analisi delle occorrenze rende possibile conoscere il significato contestuale di ogni unità lessicale, considerando la diversa numerosità (rispetto a quelle degli altri lemmi) con la quale si distribuisce nei sottoinsiemi del corpus (*ibidem*).

Come si può osservare nelle **Figure 4-6** la posizione dei cinque sottoinsiemi varia a seconda dei piani fattoriali considerati, in base ovviamente ai contenuti che li caratterizzano. In tali figure sono altresì indicate le unità lessicali che presentano, per ciascun sottoinsieme, una maggiore numerosità rispetto alle altre. I primi tre fattori sono stati spostati vicendevolmente sull'asse delle ascisse e delle ordinate, in modo da cogliere le diverse sfumature che si possono osservare in “fotografie” ritraenti lo stesso oggetto, scattate però da angolazioni differenti, secondo la metafora proposta da Lancia (2004). Il primo fattore estratto spiega da solo il 44.61% della varianza; il secondo fattore il 27.46% ed il terzo il 16.32%⁴⁶.

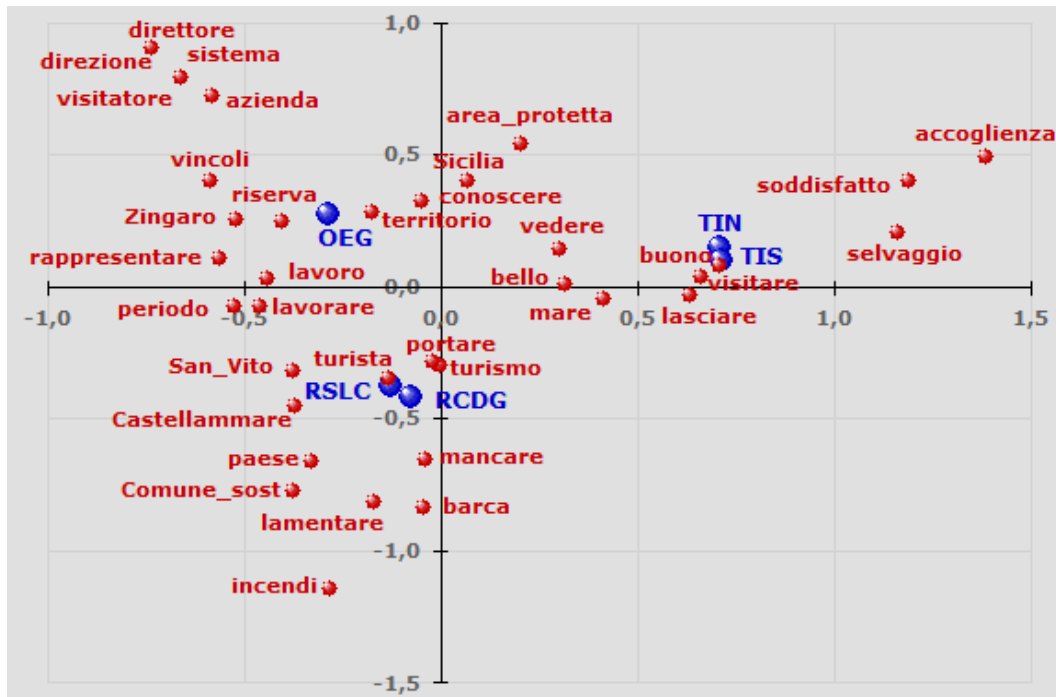
Nella **Figura 4** si può notare che i due sottoinsiemi dei residenti (RSLC e RCDG) sono molto simili tra loro, sebbene si differenzino leggermente per alcune specifiche unità lessicali. I sottoinsiemi dei turisti (TIS e TIN) sembrano quasi coincidere l'un l'altro. Il sottoinsieme degli operatori dell'ente gestore (OEG) si

⁴⁵ In particolare, il primo fattore spiega il 34.70% della varianza e il secondo fattore il restante 26.54%.

⁴⁶ Per un totale di 88.39% di varianza spiegata dai tre fattori.

pone sullo spazio fattoriale in posizione opposta, sia ai sottoinsiemi dei residenti (sul fattore 2), sia ai sottoinsieme dei turisti (sul fattore 1).

Figura 4: Rappresentazione dei sottoinsiemi del corpus nello spazio fattoriale (1 x 2) e principali lemmi



La posizione reciproca occupata dai sottoinsieme mette in evidenza che le tre tipologie di soggetti intervistati (lavoratori dell'ente gestore, residenti e turisti) si differenziano nettamente per l'utilizzo prevalente di alcune unità lessicali che ne contraddistinguono i contenuti principali, coerentemente ai diversi interessi legittimi di cui ciascuno è inevitabilmente portatore nei confronti dell'area naturale protetta. Infatti i due sottoinsieme dei turisti (TIS e TIN) sono principalmente caratterizzati da unità lessicali che richiamano alla mente la soddisfazione per l'esperienza vissuta nella riserva e per l'accoglienza ricevuta sul posto, nonché ai principali elementi dell'area protetta che sembrano costituirne i punti di forza (ad esempio, il mare bellissimo e il paesaggio selvaggio). I sottoinsiemi dei residenti (RCDG e RSLC) sono caratterizzati prevalentemente da lemmi che pongono l'accento sugli effetti e le conseguenze dell'attività turistica sul territorio e sul ruolo svolto delle autorità comunali nella gestione del turismo.

Nel sottoinsieme dei lavoratori dell'ente gestore (OEG), infine, prevalgono unità lessicali concernenti la relazione lavorativa che li lega alla Riserva dello Zingaro, il significato attribuito al suo territorio ed ai vincoli che caratterizzano la gestione della riserva, da parte dell'Azienda, e la fruizione, da parte dei visitatori.

La **Figura 5** consente di sottolineare ulteriori sfumature di contenuto. Innanzitutto la posizione reciproca dei sottoinsiemi è cambiata. Osservando la disposizione sul secondo fattore⁴⁷, risulta essere più chiara la vicinanza o similarità riscontrata tra i sottoinsiemi⁴⁸ OEG e quelli TIN e TIS: li accomuna infatti l'occorrenza di unità lessicali che si riferiscono alla conoscenza della riserva, al territorio della Sicilia e alla gestione dell'area protetta. Inoltre, la posizione opposta occupata sul terzo fattore (asse Y) dai sottoinsiemi dei residenti, consente di comprenderne meglio alcune specificità. In particolare, nel sottoinsieme RSLC occorrono con maggiore frequenza lemmi che pongono l'accento sulla grande importanza attribuita dai sanvitesi alla propria spiaggia ed ai servizi che si possono offrire ai clienti. Altri elementi importanti risultano essere la capacità dimostrata nell'allungare la stagione turistica al mese di settembre (e non solo), la salvaguardia dell'ambiente e la cura per la raccolta dei rifiuti, nonché il proposito di valorizzare maggiormente la riserva di Monte Cofano per attirare ancora più clienti. Nel sottoinsieme RCDG prevalgono lemmi il cui significato rimanda alla mancata valorizzazione del paese e della bellezza del territorio da parte delle autorità comunali, nonché alla gestione politica della promozione turistica ed alla piaga degli incendi che ogni anno d'estate distruggono parti della Riserva. Una speranza lontana per lo sviluppo turistico del paese sembra essere legata alla conclusione dei lavori di ricostruzione del porto (da anni in corso e mai terminati) che, mediante l'attracco di navi, potrebbe attirare sul posto nuovi turisti.

La **Figura 6** rappresenta, invece, una perfetta sintesi delle principali differenze di contenuto che caratterizzano i sottoinsiemi che compongono il corpus.

⁴⁷ Posto in questo caso sull'asse delle ascisse.

⁴⁸ Da questo momento in poi, per semplicità espositiva, i sottoinsiemi verranno indicati con le sigle che indicano le diverse modalità della variabile SOGG_.

Figura 5: Rappresentazione dei sottoinsiemi del corpus nello spazio fattoriale (2 x 3) e principali lemmi

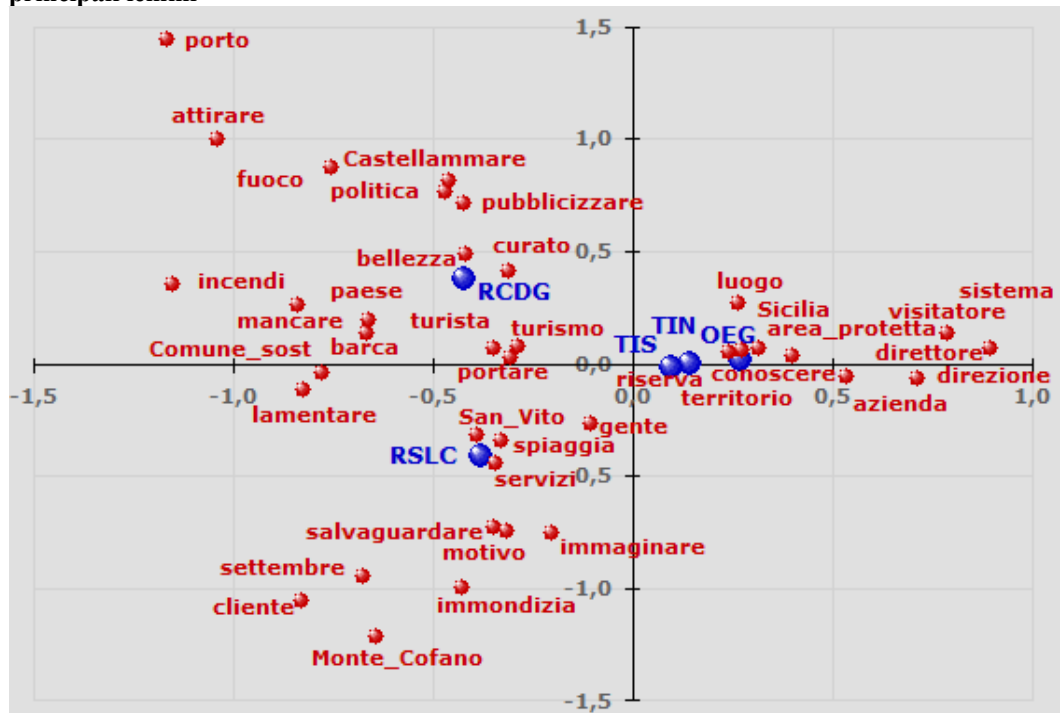
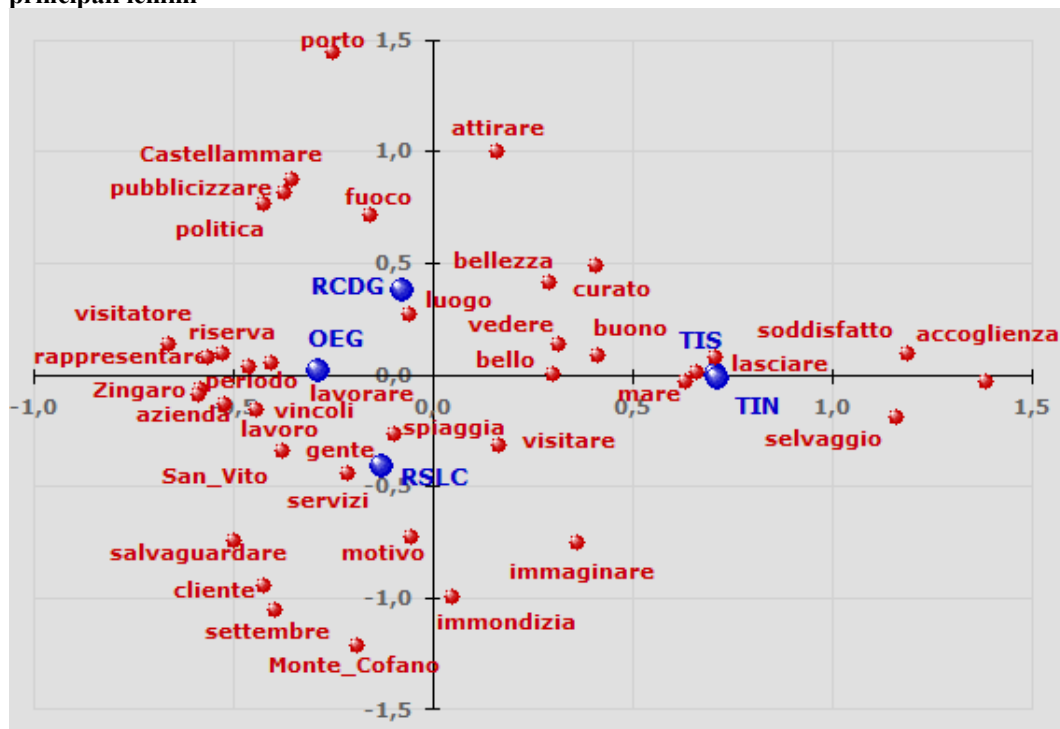


Figura 6: Rappresentazione dei sottoinsiemi del corpus nello spazio fattoriale (1 x 3) e principali lemmi



Infine, per concludere le analisi preliminari, abbiamo deciso di utilizzare la funzione *Analisi delle specificità* che consente di conoscere le unità lessicali *tipiche* e quelle *esclusive* di ogni sottoinsieme: le prime indicano i lemmi che lo caratterizzano particolarmente; le seconde invece quelle presenti esclusivamente in esso e non negli altri. È opinione di chi scrive che dalla lettura di tali specificità il lettore potrà cogliere ulteriormente la diversità dei contenuti che caratterizza i cinque sottoinsiemi. Nelle **Tablelle 8-12** sono pertanto indicate, per ciascun sottoinsieme, le specificità tipiche e quelle esclusive, elencate le prime in funzione dei valori del χ^2 e le seconde in funzione delle occorrenze riscontrate nel corpus in oggetto.

Tabella 8: Principali specificità lessicali del sottoinsieme OEG

Specificità sottoinsieme	
Tipiche	Esclusive
riserva; visitatore; azienda; Zingaro; vincolo; territorio; pubblico; alto; interno; persone; tradizione; vecchio; entrare; lavoro; fiore all'occhiello; rappresentare; difficoltà; la prima riserva; legato; benefici; amore; fruizione; conoscere; nascere; istituire; regolamento; luogo; sistemare; possibilità; problemi; albergo; successo; benessere; comportamento; paradiso; famiglia; interessare; raccogliere; città; controllo; parco; ingresso; storia; Sicilia; Scopello; lavori; vendere; lavorare; casa; contadino; prodotto; esterno; intervento; limiti; potenzialità; esempio; opportunità; trekking; straniero; estate; periodo; aumentare; conoscenza; produrre; qualità; spiaggette	direttore; direzione; sistema; fibra; intreccio; zone alte; Borgo Cusenza; miele; introito; istituzione; meccanismo; vincolare; pastore; provincia; raccontare; Azienda Foreste Demaniali; avvenire; compito; mandorla; habitat; dottore; intero; acquistare; luogo sacro; numeri; nuove generazioni; offerta; operare; orchidee; ricordi; sbalordire; università; zona bassa; limitrofo

Tabella 9: Principali specificità lessicali del sottoinsieme RCDG

Specificità sottoinsieme	
Tipiche	Esclusive
Castellammare; paese; porto; attirare; turismo; turista; barca; fuoco; curato; mancare; incendi; politica; pubblicizzare; entrata; bellezza; situazione; aspetti negativi; tempo; Comune; cura; raccolta differenziata; soldi; portare; luglio; settimana; ricordo; puntare; settore; particolare; lamentare; livello; euro; dispiacere; spendere	castellammarese; incolto

Tabella 10: Principali specificità lessicali del sottoinsieme RSLC

Specificità sottoinsieme	
Tipiche	Esclusive
San Vito; spiaggia; servizi; cliente; Monte Cofano; escursione; gente; attrazione; Riserva dello Zingaro; settembre; zecca; fonte; immondizia; pesca; paese; salvaguardare; Comune; incremento; funzionare; motivo; incrementare; regole; privato; significato; lamentare; principale; giugno; immaginare; maggio; turista; attività; mondo; servizio; considerare; terra; lavoro; portare; creare; negativo	promuovere; sopportare; camper; attrarre

Tabella 11: Principali specificità lessicali del sottoinsieme TIS

Specificità sottoinsieme	
Tipiche	Esclusive
punti di debolezza; buono; mare; perfetto; intervenire; carino; uomo; pensare; punti di forza; accoglienza; lasciare; limitare; turismo responsabile; possibile; paesaggio; vedere; incontrare; accessibile; piacere; naturale; costa; selvaggio; soddisfare; ottimo; amico; caldo; verde; siciliano; pulire; rispetto; soddisfatto; vacanza; rendere; incontaminata; costruire; natura; conservare; gentile; punto di forza; godere; ambientale; rispettare; percorso; sviluppo; museo; bambino; mantenere; rifiuti; accogliere; zona; positivo; risorsa	Risorsa naturale; caratteristiche della Riserva

Tabella 12: Principali specificità lessicali del sottoinsieme TIN

Specificità sottoinsieme	
Tipiche	Esclusive
Visitare; splendido; bello; soddisfatto; attività turistica; acqua; caletta; selvaggio; accogliere; pesce; vedere; disponibile; incontaminata; lasciare; accoglienza; fermare; difficile; area protetta; gentile; punti di debolezza; mantenere; curato; stupendo; mangiare; godere; ottimo; caldo; equilibrio; significare; carino; scoprire; punti di forza; biglietto; buono; mare; rovinare; incontrare; sporco; turistico; rispettare l'ambiente; vegetazione; calette; sperare; posto; ambiente; siciliano; sporcizia; evitare; sentiero	tenuta; abitudine; Lampedusa

Capitolo V

Analisi della *Cultura Locale* della Riserva Naturale Orientata dello Zingaro

In questa parte del nostro lavoro, sarà presentato l'esito dell'*Analisi Emozionale del Testo* che è stata condotta sul corpus raccolto mediante la conduzione di interviste faccia a faccia ai lavoratori dell'Ente Gestore della Riserva Naturale Orientata dello Zingaro, ai residenti dei Comuni di Castellammare del Golfo e di San Vito Lo Capo, nonché ai turisti al termine della visita all'area protetta (sia all'Ingresso Sud che all'Ingresso Nord). Sarà quindi descritta ed analizzata dettagliatamente la *Cultura Locale* emergente. Dopo una breve premessa di natura metodologica, saranno descritti i singoli Repertori Culturali, dedicando particolare attenzione e cura alle dinamiche emozionali che li caratterizzano. Infine sarà preso in considerazione lo Spazio Culturale nel suo insieme, al fine di valutare le relazioni esistenti tra i diversi Repertori Culturali e mettere in evidenza ulteriori sfumature di significato.

L'analisi della *Cultura Locale*, coerentemente alla metodologia di ricerca-intervento proposta da Carli e Paniccia (2002), rappresenta meramente un primo passo, seppur fondamentale, nella comprensione delle dinamiche affettive, su cui si fonda la relazione emozionale con il contesto e prevede, altresì, una successiva fase di restituzione ai soggetti e l'elaborazione di forme di intervento, che possano promuovere lo sviluppo nel contesto o sistema sociale considerato. Per poter condurre un'analisi il più possibile dettagliata, nel nostro lavoro, la conseguente proposta di forme di intervento sarà trattata nel capitolo successivo (il VI), appositamente dedicato a tale aspetto.

5. 1. La preparazione del corpus e la scelta delle *parole dense*

Prima di procedere con l'analisi mediante il software di analisi testuale T-LAB, il vocabolario del corpus è stato ulteriormente personalizzato, al fine di rendere possibile l'Analisi Emozionale del Testo. Attraverso la funzione di

lessematizzazione manuale sono state, in tal modo, ricondotte ad un unico lemma le varie forme riscontrate nel testo appartenenti alla medesima radice. Ad esempio, le diverse forme *economia*, *economie*, *economico*, *economica*, etc, sono state ricondotte al medesimo lemma *economia*, che le rappresenta tutte per uniformità di significato. Oppure il verbo *rispettare* (in tutti i suoi tempi e coniugazioni), e il sostantivo *rispetto* e l'aggettivo *rispettoso* (in tutte le sue forme: singolare, plurale, maschile e femminile) sono stati ricondotti all'unica forma *rispettare*, che ne accomuna le diverse sfumature di significato. Al termine di tale fase di personalizzazione del vocabolario, il corpus è risultato essere composto da:

- 89043 occorrenze (*token*);
- 7256 forme (*type*);
- 4299 lemmi;
- 3542 *hapax*⁴⁹.

Dopo aver concluso la fase di lessematizzazione del corpus, attraverso una delicata e ponderata operazione di selezione, sono stati presi in considerazione i lemmi presenti nel testo con un'occorrenza pari o superiore a 15 e, tra di essi, sono state identificate le seguenti *parole dense*⁵⁰:

accesso, accogliere, afflusso, amare, ambiente, amministrare, attrarre, bello, beneficio, benessere, buono, civile, comportamento, conoscere, cultura, curare, depurare, distruggere, economia, educare, fatica, gente, gestire, godere, impatto, incendio, incontaminato, inquinare, intervenire, lamentare, lavorare, luogo, massa, migliorare, natura, organizzare, paradiso, persone, politica, posto, privato, proteggere, pubblico, pulire, regole, responsabile, ricchezza, risorse, rispettare, rovinare, salvaguardare, selvaggio, sfruttare, soldi, sporcare, straniero, sviluppo, territorio, tradizione, tranquillo, turismo, turismo_responsabile, tutelare, vincoli, visitare.

⁴⁹ Forme presenti nel testo con una sola occorrenza.

⁵⁰ Per l'approfondimento di tali aspetti, si rimanda il lettore al capitolo III del presente lavoro, in cui sono stati descritti le premesse teoriche e gli aspetti metodologici che fondano l'AET.

Esclusivamente su tali parole sono state, quindi, condotte le successive analisi per indagare il sistema collusivo (la *Cultura Locale*) condiviso dai soggetti coinvolti⁵¹. Ciò è stato possibile analizzando le distribuzioni delle co-occorrenze e comprendendo il significato di ciascuna parola considerata, mediante l'associazione e la prossimità con le altre parole che si trovavano all'interno dei medesimi contesti elementari. Secondo Carli e Paniccia (2002, p.31), infatti, «[...] la funzione della co-occorrenza è di ridurre la polisemia infinita che connota ciascuna delle parole dense presenti nel raggruppamento», contribuendo alla costruzione di un significato “altro” che, tramite il confronto con il *linguaggio della collusione*, consenta di rintracciare le simbolizzazioni affettive evocate dal contesto oggetto di indagine.

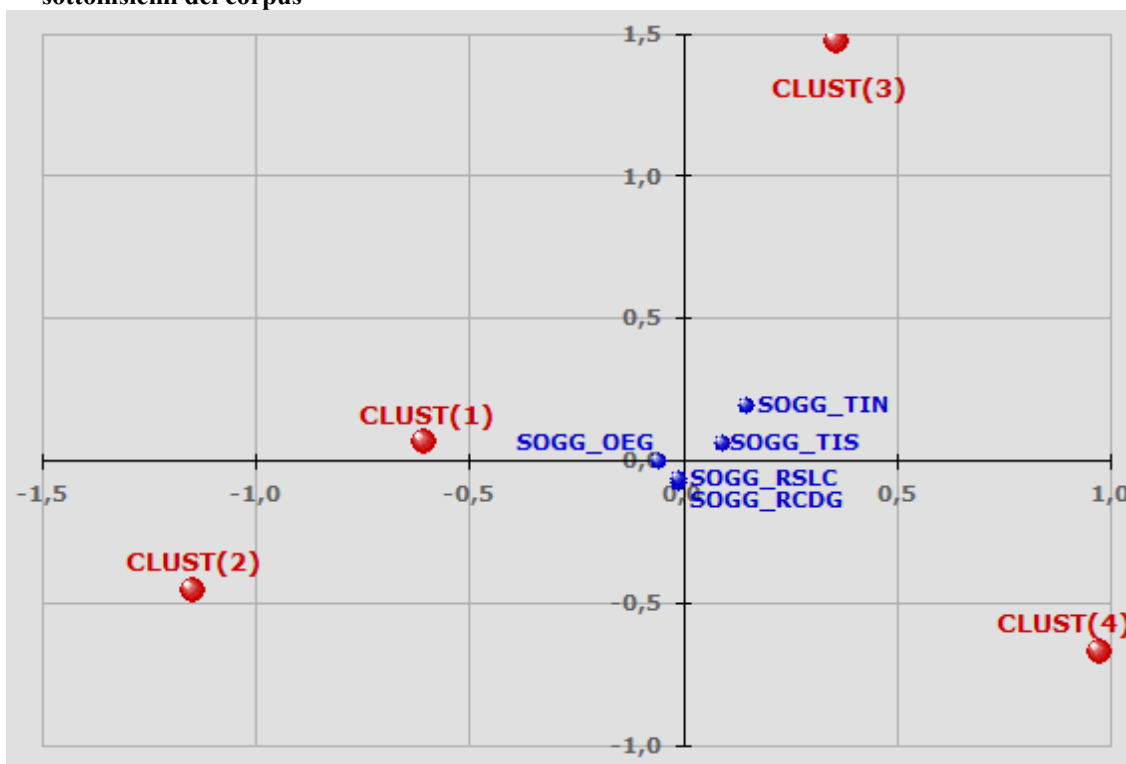
5. 2. I Repertori Culturali e lo Spazio Culturale emergenti

Applicando, prima la funzione dell'Analisi delle corrispondenze (co-occorrenze) e subito dopo la conseguente Cluster Analysis è stato possibile distinguere quattro fondamentali raggruppamenti di *parole dense*, che caratterizzano il contesto e i soggetti coinvolti nell'analisi condotta.

In **Figura 7** (a pagina seguente) si può osservare la rappresentazione dei quattro cluster sul piano fattoriale e la disposizione dei cinque sottoinsiemi in funzione della variabile illustrativa *Tipologia di soggetto intervistato* (SOGG_). Tale variabile non appare essere discriminante nei confronti dei quattro cluster emergenti in quanto, come si può osservare dalla suddetta figura, i cinque sottoinsiemi sono disposti, in maniera non significativa, più o meno al centro del piano fattoriale. Questo aspetto mette in evidenza il fatto che i cluster di *parole dense* rintracciati sono più o meno equamente distribuiti all'interno dei cinque sottoinsiemi in cui è stato suddiviso il corpus. Secondo la denominazione proposta da Carli e Paniccia (2002) i cluster possono essere considerati i *Repertori Culturali* (RC) e il piano fattoriale su cui sono disposti lo *Spazio Culturale*, che caratterizzano nel loro insieme la *Cultura Locale*, ovvero il processo collusivo emergente, tra i soggetti coinvolti, sul tema oggetto di indagine.

⁵¹ Si veda il capitolo III del presente lavoro, in cui sono stati presentati le premesse teoriche e gli aspetti metodologici concernenti l'Analisi Emozionale del Test.

Figura 7: Rappresentazione sul piano fattoriale dei Cluster emergenti e disposizione dei sottoinsiemi del corpus



Nei sottoparagrafi che seguono saranno descritti in dettaglio i Repertori Culturali (RC) rintracciati, per mettere in evidenza le simbolizzazioni affettive che li caratterizzano⁵². Successivamente sarà altresì analizzato lo *Spazio Culturale* e le relazioni emozionali esistenti tra i diversi RC. Iniziamo pertanto la nostra analisi prendendo in considerazione il primo Repertorio Culturale.

5. 2. 1. Il Repertorio Culturale 1: L'appartenenza al luogo e la relazione con l'Altro

A tale cluster appartengono il 25.06% dei contesti elementari che costituiscono l'intero corpus. La principale parola densa che lo caratterizza è *economia*.

⁵² Per la riflessione sulle diverse sfumature di significato e sull'origine etimologica attribuite alle *parole dense* considerate sono stati consultati:

- Duro, A. (Ed) (1986). *Vocabolario della Lingua Italiana*. Roma: Istituto dell'Enciclopedia Italiana Giovanni Treccani;
- La versione web del *Vocabolario Etimologico della Lingua Italiana* di Ottorino Pianigiani (<http://www.etimo.it/>).

ECONOMIA

Dal greco *oikonomia*, composto da *oikos* «casa, dimora» e *nomos* «legge, regola», la parola **economia** indica letteralmente l'amministrazione della casa, o più in generale dei beni di famiglia. Tale lemma richiama alla mente l'idea di una gestione razionale e corretta delle risorse a disposizione, delle cose che si posseggono e che ci appartengono. La seconda parola densa che emerge dall'analisi consente di comprendere ulteriori sfumature di significato e di delimitare la polisemia emozionale.

ECONOMIA LAVORARE

Derivando dal latino *laborare* e quindi da *labor-oris* «lavoro, fatica», infatti, la parola densa **lavorare** mette l'accento sull'operare mediante l'impiego delle proprie forze (o facoltà), nell'espletamento di un'azione volta alla produzione di un bene, un servizio, o più in generale al raggiungimento di un fine che posso avere utilità personale o sociale. Il *laborare*, d'altro canto, costituisce spesso l'unica forma di retribuzione che consente di trasformare le proprie azioni in mezzi di sostentamento. Entrambe le parole dense sembrano far riferimento all'impiego delle proprie risorse e delle proprie forze e dunque ad una centratura sul sé nella relazione con il contesto.

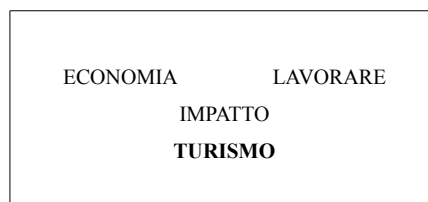
Il secondo incontro di co-occorrenze potrebbe rappresentare il sopraggiungere dell'*altro da sé*.

ECONOMIA LAVORARE
IMPATTO

La parola **impatto** deriva dal latino *impactus*, participio passato del verbo *impingere* «urtare, spingere contro, imporre a forza» ed indica un contatto brusco,

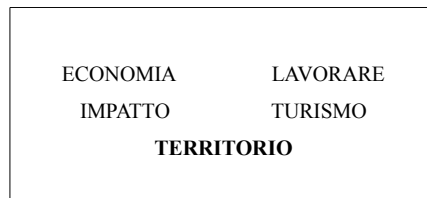
ponendo l'accento sugli effetti, ma anche sull'influenza esercitata da qualcosa o da qualcuno. Può indicare altresì il mero effetto o più che altro l'impressione che suscita qualcosa o qualcuno. È evidente dunque il riferimento all'*alterità*, a ciò che dall'esterno, in maniera improvvisa e violenta, giunge su di noi e sulle nostre cose, influenzando sia le nostre azioni e il nostro agire (in riferimento alla parola densa *lavorare*), sia la gestione e l'organizzazione dei propri spazi e dei propri beni (in riferimento alla parola densa *economia*).

Il successivo incontro di co-occorrenze chiarisce ulteriormente il significato emozionale emergente, con il subentrare della quarta parola densa.



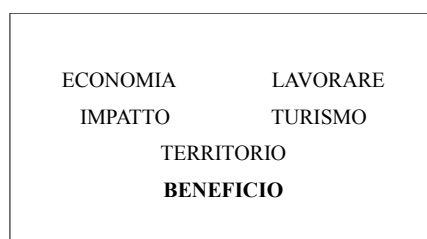
L'origine etimologica della parola **turismo** è abbastanza complessa. Deriva dal francese *tourisme*, che riproduce l'inglese *tourism*, che a sua volta deriva dal francese *tour* «giro, viaggio». Un movimento che segue delle tappe preordinate ed organizzate e che ha la sua origine storica nei viaggi compiuti, lontano dalle terre natali, dai giovani rampolli dell'aristocrazia o delle classi agiate europee, tra il Seicento e l'Ottocento, al fine di ampliare le proprie conoscenze e la propria cultura. Il sostantivo francese *tour*, deriva dal verbo *tourner* «girare» che come il verbo italiano *tornare*, ha origine dal latino *tornare* «lavorare al tornio, girare». L'idea del girare, quindi, oltre all'immagine del movimento, dell'allontanamento dal proprio luogo di origine, rimanda ad una delle caratteristiche principali del turismo: la temporaneità dell'allontanamento da casa, a cui inevitabilmente si fa ritorno. Nel senso comune, la parola *turismo* fa pensare, sia all'insieme delle attività e dei servizi messa a disposizione per chi viaggia, sia alla presenza di persone che si spostano dal territorio d'origine al fine di svago. La parola densa *turismo* dunque pone l'accento su due differenti sfumature emozionali fondamentali: il contatto con l'*altro da sé* che, con la sua presenza improvvisa, si impone con forza (in riferimento alla parola densa *impatto*) e la temporaneità di

un fenomeno che è sia momentaneo, sia ciclico (in riferimento alla parola densa *turismo*). Per chiarire meglio questo aspetto è fondamentale il quarto incontro di co-occorrenze.



La parola **territorio** deriva dal latino *territorium*, che si suppone abbia avuto origine da *territor* «possessore della terra»⁵³. Indica genericamente una zona geografica e gli aspetti ambientali che la caratterizzano. Fa altresì riferimento ai limiti dentro i quali vige un determinato ordinamento giurisdizionale ed amministrativo, delimitando i confini tra nazioni. Come ricorda l'etologia, infine, il *territorio* è l'area occupata da un individuo o un gruppo di individui che viene difesa attivamente dall'intrusione di altri individui della medesima specie.

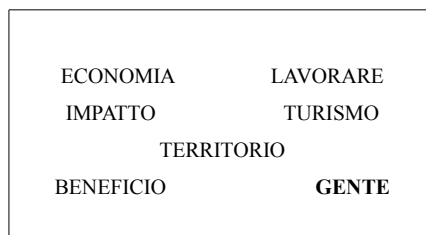
La parola densa **territorio** sembra, quindi, rappresentare il tentativo difensivo di delimitare uno spazio tra sé e l'altro, di stabilire ciò che è dell'uno e ciò che è dell'altro, probabilmente per paura che colui che momentaneamente si trova nei nostri territori (in riferimento alla parola densa *turismo*) ci invada. Osserviamo pertanto il successivo incontro di co-occorrenze.



La parola **beneficio** deriva dal latino *beneficium*, composto di *bene* e *facere* «fare bene» e suggerisce l'idea di qualcosa che giova, che dà sollievo, che è utile, indicando qualsiasi atto o concessione mediante il quale si fa del bene ad un'altra

⁵³ Si veda a riguardo la definizione etimologica del termine *territorio* proposta alla pagina web <http://www.etimo.it/?term=territorio&find=Cerca>

persona, sia materialmente che spiritualmente. Può anche significare *favore*, *vantaggio*. Nei rapporti di lavoro, con l'espressione *benefici accessori* si fa riferimento alle indennità o i servizi aggiuntivi che il datore di lavoro concede in aggiunta alla normale busta paga. Nel Medioevo, con il termine *beneficio* si indicava un istituto, mediante il quale veniva concessa la terra, in maniera revocabile e mai oltre la vita stessa del concedente o del concessionario, in cambio dello svolgimento di determinati servizi. Tale parola densa, pertanto, potrebbe suggerire una possibile soluzione alla presenza dell'Altro, un possibile compromesso attraverso il quale possa essere esorcizzato il timore dell'intrusione, nel proprio territorio, di estranei e di forestieri. La presenza, infatti, di colui che viene da fuori, da territori altri, è tollerabile se in cambio è possibile riceverne dei vantaggi. È possibile, dunque, concedere qualcosa di sé all'altro, se riceviamo in cambio qualcosa che giova e che si aggiunge a ciò che generalmente abbiamo. Il sesto incontro di co-occorrenze chiarisce e conferma quanto analizzato finora.



La parola **gente** deriva dal latino *gens gēntis*, affine a *gignere* «generare». Nell'antichità in Grecia e a Roma, con tale termine si indicava un gruppo di famiglie appartenenti ad un ceppo comune, che prendeva spesso il nome da un capostipite reale o fittizio. Secondo il senso comune, la parola *gente* indica un numero imprecisato di persone che si trovano in un medesimo luogo o che comunque sono considerate collettivamente. Il comune modo di dire *la gente mormora* consente altresì di cogliere un'ulteriore sfumatura di significato emozionale, mettendo in evidenza la contrapposizione tra noi e gli altri che, dall'esterno e da lontano, ci giudicano e parlano. Anche questa parola densa, quindi, segnala l'appartenenza ad un gruppo ed una presa di distanza, tra chi appartiene e chi non appartiene a tale gruppo. Inoltre, sottolinea la differenza tra

chi ha un'origine comune e chi semplicemente si trova momentaneamente nel medesimo spazio o luogo. Nuovamente emerge l'ambivalenza nei confronti dell'*altro da sé*: è possibile tollerare la presenza dell'estraneo, se può essere in qualche modo vantaggioso, se può risultare utile (in riferimento alla parola densa *beneficio*), tuttavia non si può dimenticare che chi viene da lontano non appartiene alla famiglia e pertanto non si conosce ancora. Ecco nuovamente un escamotage per superare questa paura: ce lo suggerisce il successivo incontro di co-occorrenze.

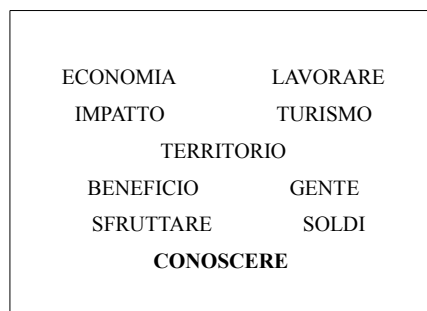
ECONOMIA	LAVORARE
IMPATTO	TURISMO
TERRITORIO	
BENEFICIO	GENTE
SFRUTTARE	

Sfruttare deriva da *frutto*, con l'aggiunta del suffisso a valore privativo *s-*. Frutto, a sua volta, ha origine dal latino *frūctus -us* «uso, possibilità di godere, vantaggio, ricompensa», dal verbo *frui* «far uso, godere, fruire». Tale parola rimanda all'idea di ricavare il maggior frutto, il maggior vantaggio possibile da un bene naturale. Utilizzare, quindi, ciò che si ha a disposizione per ottenere un rendimento utile, come conferma la successiva parola densa emergente.

ECONOMIA	LAVORARE
IMPATTO	TURISMO
TERRITORIO	
BENEFICIO	GENTE
SFRUTTARE	SOLDI

La parola **soldi** deriva dal latino *soldus*, per *solidus*, il nome di una moneta d'oro del tardo Impero Romano, che letteralmente significa «intero, fatto tutto dello stesso materiale». È usata al plurale con il significato generico di denaro e richiama alle mente l'idea dell'attribuzione di un valore concreto, strumentale al

nostro agire, indicando spesso la ricompensa o più specificatamente il compenso che si riceve in cambio di servizi e/o di prodotti forniti. Una modalità di entrare in relazione con l'altro che si basa però su una dinamica di *possesso*, e non di *scambio* autentico e reciproco (Carli, Paniccia, 2003), che attribuisce all'altro un'identità *già nota*, al fine di garantire un'interazione strumentale tra le parti. Ma i soldi non sono l'unica ricompensa che si può ottenere consentendo all'altro di entrare nel proprio territorio. Il nono incontro di co-occorrenze apre infatti ad una nuova prospettiva nella relazione con il contesto.



La parola **conoscere**, che deriva dal latino *cognoscĕre*, viene utilizzata in senso lato per indicare i diversi gradi della conoscenza di qualcosa o qualcuno: dall'iniziale percezione della sua esistenza ad una cognizione completa del suo essere e dei modi e delle qualità che lo caratterizzano. Una conoscenza adeguata, poiché presuppone una comprensione delle specificità di qualcosa, richiama alla mente la capacità di saper discernere, di distinguere da ciò che è diverso. Tali aspetti mettono in evidenza la possibilità di distinguere ciò che ci appartiene da quello che è per noi estraneo. Tuttavia, il termine *conoscere* viene associato anche all'idea di essere in relazione con qualcuno, all'aver familiarità con qualcosa. La relazione con il contesto può indurre quindi a conoscere l'*altro da sé*, ma fornisce anche l'opportunità di farsi conoscere, mediante la possibilità di entrare in contatto, condividendo gli stessi spazi e le stesse risorse. Il conoscere può pertanto rappresentare un ulteriore vantaggio che ha origine dallo sfruttamento delle risorse di cui si dispone (in riferimento alla parola densa *sfruttare*), ma, allo stesso tempo, costituisce l'occasione di interagire con l'altro da sé, in maniera autentica, senza ricondurlo difensivamente al *già noto*, schiacciandolo sotto il peso dell'agire

emozionale, e in cui non vi è spazio alcuno per “l'imprevisto”, sapendo già cosa si riceverà e cosa si darà all'altro, prima ancora che la relazione avvenga.

La possibilità di cogliere questa occasione è specificata ulteriormente dalle tre successive co-occorrenze.

ECONOMIA	LAVORARE
IMPATTO	TURISMO
TERRITORIO	
BENEFICIO	GENTE
SFRUTTARE	SOLDI
CONOSCERE	
RICCHEZZA	PERSONE
SVILUPPO	

La parola **ricchezza** deriva dall'aggettivo *ricco*, che ha avuto origine dal longobardo *rihhi* «potente, valente» ed indica, genericamente, la condizione di chi possiede in abbondanza, rispetto a ciò che può essere considerato il necessario. In economia, il termine fa riferimento ai beni materiali ed immateriali che possono essere scambiati con il denaro, o altri beni, in quanto dotati di un valore di mercato. In senso figurato, in contrapposizione ai beni materiali, viene utilizzato anche al fine di indicare qualcosa (doti, caratteristiche, elementi) ritenuto maggiormente prezioso e di valore per la vita umana. Il termine è in ogni caso associato all'idea dell'abbondanza e della preziosità. E quindi la ricchezza di che cosa? La parola densa che segue (*persone*) consente di specificare che cosa può arricchire la conoscenza dell'altro, nella relazione con il contesto.

La parola **persona** deriva dal latino *persōna* (che ha un'origine probabilmente etrusca) e significa letteralmente «maschera, personaggio, parte», facendo riferimento alla maschera teatrale di legno, che veniva indossata dagli attori sulla scena dei teatri della Grecia e della Roma antica. Nel senso comune, il termine indica un generico individuo della specie umana, senza alcuna distinzione di sesso, età, condizione sociale, etc. Nella teorizzazione della psicologia analitica elaborata da Carl Gustav Jung, il termine *persona* è utilizzato per indicare la parte

della personalità con la quale l'individuo si presenta nel proprio ambiente sociale, evitando di mostrare gli aspetti più profondi ed intimi di sé. Al plurale è impiegato, similmente alla parola *gente*, per indicare un insieme di individui, una collettività, proponendo tuttavia un superamento della *dicotomia dentro/fuori*, che oppone chi appartiene al luogo a chi non appartiene, come suggerisce la successiva parola densa: *sviluppo*. Tale parola è composta da *viluppo* (un intreccio confuso di materiali o cose) e il prefisso *s-* che indica separazione, allontanamento. Fa riferimento, pertanto, all'azione dello sviluppare, di sciogliere un viluppo, un intreccio e, in senso figurato, richiama alla mente l'idea di far progredire, aumentare, incrementare, potenziare, evolvere qualcosa o qualcuno. Suggerisce la possibilità di dare una nuova forma a qualcosa, che è già presente, ma che ancora non ha trovato una propria modalità di espressione. Rappresenta, quindi, l'opportunità di far chiarezza, di dipanare la matassa (allontanando la confusione emergente nell'incontro con l'estraneo) e di trovare una nuova maniera di entrare in relazione con il contesto, cercando di cogliere, attraverso la conoscenza, la ricchezza presente negli individui, che non è più possibile distinguere gli uni dagli altri, riconducendoli a categorie specifiche, ma che partecipano tutti alla vita sociale in cui si trovano ad essere inseriti. Il successivo incontro di co-occorrenze sembra suggerire l'esito che potrebbe avere una nuova maniera di entrare in relazione con il contesto.

ECONOMIA	LAVORARE
IMPATTO	TURISMO
TERRITORIO	
BENEFICIO	GENTE
SFRUTTARE	SOLDI
CONOSCERE	
RICCHEZZA	PERSONE
SVILUPPO	ATTRARRE

La parola **attrarre** deriva dal latino *adtrahĕre* (composto di *ad-* e *trahĕre* «tirare a sé, attrarre») e significa attirare, tirare a sé e in senso figurato allettare, invaghire, sedurre. Il termine viene anche usato nell'accezione negativa di indurre con

astuzia o inganno, ponendo l'accento su un'insidia sempre presente nella relazione con l'altro: una modalità manipolativa, seduttiva e compiacente, che viene agita al fine di ottenere qualcosa in cambio, impedendo uno *scambio* autentico e reciproco. Sembra, dunque, che l'ambivalenza nei confronti dell'altro da sé, che ha caratterizzato interamente il RC e che ha indotto ad una ripetuta oscillazione tra chiusura ed apertura al nuovo, potrebbe essere superata attraverso un'opportunità attualmente ancora in germe, che potrebbe, tuttavia, costituire una fondamentale occasione di crescita per il contesto oggetto di studio.

Gli ultimi due incontri di co-occorrenze sembrano specificare meglio che cosa affascina dell'incontro con la diversità e della possibilità di entrare in relazione con l'estraneo, nella condivisione (seppur momentanea) del medesimo luogo.

ECONOMIA	LAVORARE
IMPATTO	TURISMO
TERRITORIO	
BENEFICIO	GENTE
SFRUTTARE	SOLDI
CONOSCERE	
RICCHEZZA	PERSONE
SVILUPPO	ATTRARRE
CULTURA	BENESSERE

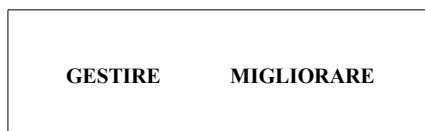
La parola **cultura**, deriva dal latino *cultura* che ha avuto origine a sua volta da *cultus*, participio passato del verbo *colĕre* «coltivare». L'origine etimologica richiama alla mente l'idea di un piccolo seme gettato nel terreno che se curato può portare a buoni frutti. Il termine comunemente ha due valenze prevalenti. La prima, indica l'insieme delle conoscenze acquisite nel tempo attraverso lo studio o la pratica diretta, che richiedono riflessione ed un apprendimento critico per trasformarsi da mera erudizione in competenze personali, intellettuali ed estetiche. La seconda, di contro, fa riferimento ad un insieme di valori, modelli di comportamento, simboli, conoscenze, competenze, istituzioni e credenze che caratterizzano un determinato gruppo o contesto sociale, in un dato momento storico. L'emergere di tale parola densa sembra porre l'accento sull'inevitabile

curiosità (in riferimento alla parola densa *attrarre*) suscitata dall'incontro con la diversità di modi, usi e conoscenze di cui ciascuno è portatore e contemporaneamente sulla possibilità di crescita insita nello sviluppo, che induce ad attribuire un significato altro alla realtà con la quale ci si confronta ed ad apprendere dall'esperienza, ampliando le proprie conoscenze.

La parola **benessere**, infine, indica nel linguaggio comune una percezione soggettiva di felicità e salute fisica e morale. Una sensazione di piacevolezza ed equilibrio psicofisico, che già di per sé appare essere una meta ambita e perennemente ricercata e che sembra difficile da realizzare, in assenza di uno scambio autentico con chi ci circonda. Spesso, tuttavia, tale termine è utilizzato per indicare più banalmente la condizione di agiatezza economica originata dal possesso di beni di consumo e denaro. La presenza di questa parola densa chiude pertanto il RC mettendo in evidenza il rischio di una finalità strumentale nella relazione con l'altro, che rappresenta un aspetto assolutamente intrinseco al fenomeno turistico (in quanto attività economica). Il benessere che ne consegue (non solo economico), inevitabilmente rappresenta un potente ed affascinante attrattore che invita a superare paure e resistenze nei confronti dell'*Alterità* e costituisce, al tempo stesso, un'importante opportunità di incontro con la diversità, che se ben gestita può portare allo sviluppo del contesto considerato.

5. 2. 2. Il Repertorio Culturale 2: La comunità locale e la gestione delle risorse

Al secondo Repertorio Culturale appartiene il 24.35% dei contesti elementari che compongono il corpus. Per comprendere le dinamiche collusive che caratterizzano questo Repertorio, prendiamo in considerazione il primo incontro di co-occorrenze di parole dense.



La parola **gestire** è tratta del termine *gestione* che ha origine dal latino *gestio*

-*onis*, derivato del verbo *gerĕre* «condurre, amministrare». Il termine indica generalmente l'atto di amministrare beni ed interessi, per conto proprio o per conto di terzi. Richiama alla mente la possibilità di prendere decisioni e poter esercitare un controllo su qualcosa o qualcuno, o più in generale, su ciò che avviene, in quanto ritenuto di propria pertinenza.

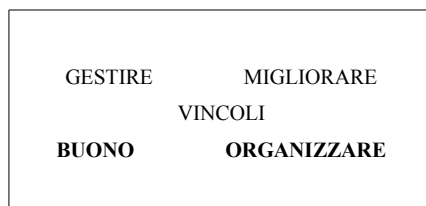
La parola **migliorare** ha origine dal latino *meliorare*, derivato di *melior -oris* «migliore», comparativo di *bonus* «buono, prospero, onesto, propizio». Significa perfezionare, correggere, ma anche rendere più rispondente alle necessità. Richiama altresì alla mente l'idea di eccellere e raggiungere livelli più alti.

La simbolizzazione affettiva emergente sembra, quindi, porre l'accento sulla possibilità di esercitare un controllo nello svolgimento di un'attività o di un fenomeno sul territorio (in questo caso il turismo, in quanto oggetto di riflessione proposto ai soggetti coinvolti) che possa garantire il raggiungimento di livelli soddisfacenti, che sappiano tenere conto onestamente delle necessità di tutti.

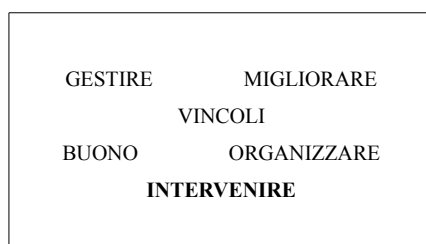
Ma come è possibile raggiungere tali livelli? Il secondo incontro di co-occorrenze suggerisce un'interessante modalità.



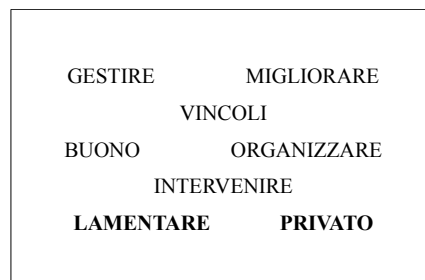
La parola **vincolo** deriva dal latino *vincŭlum* «legame». È sinonimo di obbligo, dovere, ed è associata all'idea di limitazione della libertà individuale, di assoggettamento all'altrui volere o a regole vigenti condivise. In senso figurato, il termine indica un legame di natura affettivo, morale e sociale. La parola densa potrebbe dunque suggerire che i legami sociali, sebbene possano limitare in qualche modo l'agire dell'individuo, contribuiscono all'amministrazione di beni condivisi, garantendone il miglior risultato possibile. Tale ipotesi viene confermata dai successivi due incontri di co-occorrenze.



La parola **buono**, come abbiamo già specificato, deriva dal latino *bonus* ed è utilizzata per indicare quello che corrisponde all'idea di bene morale. Riferito a persone, il termine è utilizzato anche come sinonimo di benevolo ed affettuoso, indicando l'essere ben disposto nei rapporti con gli altri. È anche utilizzato per indicare una persona capace ed abile nell'espletamento dei propri compiti e doveri. Più in generale, indica una percezione soggettiva di quello che piace e che risulta in qualche modo vantaggioso. È spesso usato anche come sinonimo di autentico, valido e ben fondato. Nelle diverse sfumature di significato, tuttavia, il termine richiama alla mente l'idea di qualcosa che induce effetti positivi e piacevoli, nel pieno rispetto di norme condivise. La parola **organizzare** deriva dal latino *organum* «strumento, macchina, organo» e dal greco *ὄργανον*, che ha la medesima radice di *ἔργον* «opera, lavoro». Significa attribuire una struttura ordinata a qualcosa, ponendo i diversi elementi che lo compongono in connessione tra loro, per il raggiungimento di un fine comune. A tale parola è associata l'idea del coordinamento e della cooperazione, nella scelta di una comune linea di condotta, che consenta il raggiungimento dell'obiettivo prefisso. L'incontro di queste due parole dense mette, quindi, a fuoco ulteriormente l'importanza attribuita alla partecipazione e alla collaborazione delle parti in causa, se si desidera ottenere qualcosa che sia proficuo e vantaggioso per tutti, tenendo sotto controllo la situazione ed evitando l'insorgenza dell'imprevisto (in riferimento alla parola densa *gestire*). Osserviamo adesso la sesta parola densa emergente.



Intervenire deriva dal latino *intervenire* (composto di *inter-* e *venire* «venire in mezzo, sopraggiungere») ed esprime l'idea di qualcosa che accade, che prende parte ad un evento che è già in corso, esercitando sullo stesso una qualche forma di influenza. Pone l'accento altresì sulla possibilità di prendere la parola per esprimere la proprio opinione, in merito a ciò che sta avvenendo. L'incontro delle successive co-occorrenza specifica meglio quale possa essere l'elemento che si frappone all'eventualità auspicata di collaborazione e cooperazione tra le parti.



La parola **lamentare** ha origine dal latino *lamentari* «lamentare, dolersi» ed è associata ad un vissuto doloroso di frustrazione e rancore per le speranze disattese. Il *lamentarsi* è altresì una delle neoemozioni descritte da Carli e Paniccchia (2002, 2003), che pone l'accento sulla triangolazione della relazione con l'altro, chiamando in causa una terza persona per l'impossibilità di comunicare le proprie esigenze ed aspettative a chi è percepito come frustrante. Diviene così il tentativo di evacuare le emozioni sgradevoli, senza mai mettere in discussione la propria partecipazione o le proprie responsabilità nella situazione di conflitto. Chi si lamenta esprime in tal modo la propria delusione per il fatto che l'altro abbia una sua identità, diversa da quella attesa e che sfugge pertanto al proprio controllo.

Privato deriva dal latino *privatus*, participio passato del verbo *privare* «privare» ed oltre ad essere utilizzato come attributo contrapposto a *pubblico*, per indicare ciò che è del singolo individuo (in opposizione alla collettività e a ciò che è dello Stato), si associa all'emozione di sentirsi mancante, sprovvisto di qualcosa che si possedeva, che ci apparteneva o a cui comunque si aveva diritto.

Viene, quindi, richiamata alla mente l'idea del “mettere in mezzo” qualcun'altro (in riferimento alla parola densa *intervenire*), in un atto di denuncia che esclude la possibilità di un confronto e di una risoluzione del conflitto, causato dal mancato

riconoscimento di ciò che viene considerato come un proprio diritto e del quale ci si sente defraudati. La mancata comunicazione con l'altro e il non riuscire ad instaurare una relazione autentica e reciproca di scambio e di negoziazione di significati, porta dunque all'inevitabile fallimento della cooperazione e collaborazione tra le parti.

Il successivo incontro di co-occorrenze mette a fuoco l'auspicata possibilità di una relazioni tra le parti che sappia riunire aspetti diversi ed elementi discordanti.



La parola **accogliere** deriva dal latino *accollĭgĕre*, composto di *ad-* e *collĭgĕre* «cogliere, raccogliere, riunire, mettere insieme» ed indica comunemente l'azione di ricevere nella propria casa, di ammettere nel gruppo a cui si appartiene, per un periodo di tempo limitato o stabilmente. È in genere associata all'idea di modalità cortesi e gentili di ospitare l'altro presso di sé, dimostrando cura e riguardo. Viene utilizzata anche per indicare accettazione ed approvazione. Tale parola densa mette quindi in evidenza il tentativo difensivo di ridurre l'*estraneo*, che non si conosce, alla più rassicurante condizione di *amico* già noto (Carli, Paniccia, 2002, 2003). Le parole dense che seguono chiariscono ulteriormente questa sfumatura di significato.

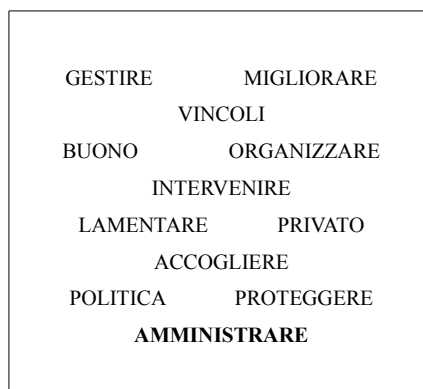


Il termine **politica** ha avuto origine dal greco *polis* (πόλις) «città, cittadinanza, stato» ed è utilizzato per indicare la scienza e l'arte di governare (πολιτική τέχνη), richiamando alla mente l'idea dell'amministrazione del potere e della cosa pubblica. Una delle principali funzioni attribuite all'agire politico è proprio la capacità di regolare i rapporti e la distribuzione delle risorse e del potere tra le diverse parti (individui o gruppi). Comunemente è spesso associato, tuttavia, in un'accezione negativa, all'opportunistica capacità di destreggiarsi, in maniera accorta ed astuta, nelle relazioni con gli altri, a favore del conseguimento dei vantaggi propri o più in generale del gruppo a cui si appartiene.

La parola **proteggere** deriva dal latino *protēgere*, composto da *pro-* e *tegere* «coprire» e significa difendere da danni o svantaggi, riparare in generale da pericoli esterni, ma anche aiutare e tutelare gli interessi di qualcuno o qualcosa.

L'incontro delle parole densa *politica* e *proteggere*, pertanto, consente di sottolineare la necessità emergente che venga assolta, nella relazione con il contesto, una funzione di guida in grado di bilanciare gli interessi delle differenti parti e di difendere dall'intrusione improvvisa di chi decide di non appartenere alla comunità, ricercando soltanto il proprio interesse nella relazione con l'altro.

La parola densa che segue sottolinea maggiormente l'emergere di tale esigenza.



Amministrare, infatti, dal latino *administrare* «amministrare, condurre, provvedere a, occuparsi di», derivato di *minister -stri* «servitore, aiutante», significa reggere, curare, regolare, sorvegliare il buon andamento di qualcosa. Richiama alla mente l'idea di gestire un patrimonio, un bene o un insieme di beni

o risorse, al fine di conservarne lo stato attuale, evitandone il deterioramento e favorendone piuttosto l'incremento, ovvero l'aumento di produttività. I successivi incontri di co-occorrenze consentono di comprendere più in profondità il vissuto emozionale che caratterizza il RC oggetto di analisi.

GESTIRE	MIGLIORARE
	VINCOLI
BUONO	ORGANIZZARE
	INTERVENIRE
LAMENTARE	PRIVATO
	ACCOGLIERE
POLITICA	PROTEGGERE
	AMMINISTRARE
INCENDIO	TUTELARE
	AFFLUSSO

Con il termine **incendio**, che ha origine dal latino *incendium*, derivato del verbo *incendĕre* «accendere, incendiare», si indica un evento conseguente all'infiammarsi di materiali e sostanze di varia natura, che può causare danno a cose e persone. Un evento, quindi, percepito come pericoloso, in quanto causa di devastazione concreta che minaccia l'integrità del territorio e dell'area protetta in particolare, e che nelle simbolizzazioni affettive condivise veicola un'emozione di paura intensa e un sentimento di impotenza nei confronti di un atto, che viene considerato come un attacco esterno che si abbatte su un patrimonio o bene comune.

La parola **tutelare**, che deriva dal verbo latino *tueri* «difendere, proteggere», fa riferimento al salvaguardare ed al preservare da eventuali danni, offese o altre azioni illecite, mediante disposizioni, provvedimenti e regolamentazioni che possano sancire il riconoscimento di un diritto del singolo individuo e della collettività.

Il termine **afflusso**, dal latino *affluĕre* «affluire», evoca l'idea di un numero insieme di persone che convergono su un medesimo luogo, espandendosi su di esso. Il verbo affluire, infatti, si riferisce a corsi d'acqua che scorrono verso un

luogo, dando l'idea di una sostanza liquida che ricopre superfici e spazi in maniera indiscriminata, disordinata, che sembra richiamare alla mente l'immagine di un'invasione che si espande violentemente.

Infine, le ultime due parole dense che caratterizzano il RC, fornendo ulteriori sfumature emozionali, consentono di cogliere il legame affettivo nei confronti del luogo che induce a prendersi cura del territorio, consentendone una fruizione ordinata.

GESTIRE	MIGLIORARE
VINCOLI	
BUONO	ORGANIZZARE
INTERVENIRE	
LAMENTARE	PRIVATO
ACCOGLIERE	
POLITICA	PROTEGGERE
AMMINISTRARE	
INCENDIO	TUTELARE
AFFLUSSO	
CURARE	REGOLE

Curare, infatti, (dal latino *cūrare* «curare, aver cura di, occuparsi di») si riferisce alla possibilità di rendere qualcosa o qualcuno oggetto di cura, riservandogli premurose attenzioni. La parola **regola** ha origine dal latino *regūla* (dal verbo *regĕre* «guidare diritto»). E sebbene possano richiamare alla mente l'idea di una rigida limitazione alla presenza di numerose persone sul territorio (in riferimento alla parola densa *afflusso*), le regole rappresentano una modalità rassicurante per esorcizzare la minaccia di qualcosa che violentemente distrugge tutto ciò che incontra (in riferimento alla parola *incendio*); minaccia rappresentata dall'intrusione dell'estraneo e del *non noto*.

5. 2. 3. Il Repertorio Culturale 3: Il rapporto con la natura e il controllo sull'Altro

In questo Repertorio Culturale rientrano il 21.98% dei contesti elementari del corpus. Osserviamo il primo incontro di co-occorrenze.

**BELLO
INCONTAMINATO**

L'origine etimologica della parola **bello** è il latino *bellus*, che significa «gentile, grazioso, amabile, comodo, conveniente, buono», in quanto derivato di *duenulus*, diminutivo di *duenus* che equivale a *bonus*. Fa riferimento a ciò che mediante i sensi della vista e dell'udito suscita, in chi può farne esperienza, una piacevole sensazione di gradevolezza ed armonia. È associata, quindi, all'idea di qualcosa che desta sentimenti di ammirazione ed approvazione, e, in quanto tale, desiderabile da avere con sé o da avvicinare.

Il termine **incontaminato**, dal latino *incontaminatus* «incontaminato, puro», è associato, di contro, all'idea dell'assenza di un contatto con elementi estranei che possano alterare irrimediabilmente una condizione di purezza e di equilibrio. Evoca alla mente, così, l'idea dell'inviolabilità e del rispetto che ne consegue, ponendo l'accento su una condizione di superiorità, difficilmente colmabile.

Le due parole dense sembrano pertanto mettere in evidenza un conflitto tra il desiderio di poter fare esperienza di qualcosa fortemente desiderabile, e il timore che il contatto possa alterarne la bellezza e la purezza che lo contraddistinguono.

Il seguente incontro di co-occorrenze mette in luce il complesso vissuto emozionale emergente.

BELLO INCONTAMINATO
VISITARE

La parola **visitare** ha origine dal latino *visitare*, derivato di *visĕre* «vedere, contemplare, andare a vedere, far visita». Richiama alle mente la possibilità di andare a trovare qualcuno, ricevendo ospitalità, ma anche l'idea di recarsi in un luogo e conoscerne le peculiarità attraverso l'esperienza diretta. L'attenzione è posta chiaramente sul senso della vista, sulla possibilità di osservare anche da

lontano, rimanendo in uno stato di assorta contemplazione, al quale, tuttavia, si contrappone il desiderio di potersi avvicinare, senza suscitare reazioni aggressive nell'altro, ed avendo così l'opportunità di conoscerlo realmente.

Gli incontri delle co-occorrenze che seguono consentono di cogliere ulteriori sfumature di significato.

BELLO	INCONTAMINATO
VISITARE	
NATURA	SELVAGGIO

Con il termine **natura** (dal latino *natūra* «natura, nascita, indole», derivato di *natus*, participio passato del verbo *nasci* «nascere») si intende genericamente l'insieme degli esseri viventi e delle cose inanimate presenti nell'universo, che seguono un ordine prestabilito, fatto di leggi proprie. È quindi associata all'idea di una realtà fenomenica preesistente all'uomo, sulla quale tuttavia l'uomo stesso può agire, modificandone gli equilibri ed opponendosi alle leggi che la governano. In riferimento agli esseri viventi, il termine indica l'insieme delle qualità, delle tendenze e delle disposizioni che possono essere considerate innate, in quanto presenti alla nascita e non determinate dall'educazione o più in generale dall'intervento dell'uomo. La natura, pertanto, con la sua possente forza vitale, sembra rappresentare l'estraneità con la quale l'essere umano si trova costantemente ad essere messo a confronto. Costituisce, in tal modo, l'oggetto su cui è focalizzato l'interesse del RC, ed altresì propone una splendida metafora della relazione con l'*altro da sé*, inteso, non solo come ciò che non conosciamo di chi abbiamo di fronte, ma anche quello che, pur appartenendo al nostro mondo interno, ignoriamo.

La parola **selvaggio** deriva dal latino *silvaticus* «selvatico» ed indica genericamente ciò che ha un'origine selvatica o attribuibile all'ambiente tipico della foresta, dei boschi o, più in generale, della selva. È associata, quindi, alla spontaneità, ma anche alla sfrenatezza, all'assenza di civiltà ed all'arretratezza dei

modi e delle consuetudini. In certi casi, viene utilizzata anche come sinonimo di crudeltà, efferatezza, disumanità. Quando è riferita a fenomeni, ne sottolinea invece l'insorgenza e lo sviluppo che avvengono in maniera incontrollata ed incontrollabile e, pertanto, impossibile da arrestare. Tuttavia, secondo il noto *mito del buon selvaggio*, diffusosi nel XVIII secolo, gli uomini primitivi, proprio grazie alla condizione di vicinanza allo *stato di natura*, godevano dell'opportunità di condurre un'esistenza maggiormente libera e quindi felice, poiché non contaminata da una civiltà ed una cultura corrotta dalla proprietà privata, dai soprusi e dalle disparità. Sembra suggerire l'immagine di un contatto con la natura percepito come possibilità di “rinascita”, di ritorno ad una condizione primordiale di benessere e serenità. Le parole dense che si susseguono appaiono confermare e specificare meglio tale ipotesi.



La parola **paradiso** deriva dal latino *paradisus*, che ha avuto origine dal greco *παράδεισος* «giardino, parco». Comunemente indica il luogo in cui, le persone che in vita sono state buone e giuste andranno dopo la morte terrena, per poter godere di una nuova vita, eterna e felice. All'interno del corpus oggetto di studio, tale parola è stata spesso utilizzata congiuntamente all'aggettivo *terrestre*, evocando inevitabilmente l'immagine dell'Eden, descritto nella tradizione biblica⁵⁴, come lo splendido luogo in cui vissero Adamo ed Eva, prima del peccato originale, in uno stato di assoluta beatitudine e di perfetta felicità. Tale immagine sembra suscitare un sentimento di nostalgia, per una condizione considerata ormai perduta in maniera irreversibile. Infatti, in apparente contrapposizione a questo stato di estremo benessere, la successiva parola dense che emerge è **fatica**. Dal latino *fatiga*, derivato dal verbo *fatigare* «affaticare, spossare, tormentare», il termine

⁵⁴ Genesi 2, 8 e segg.

indica lo sforzo dovuto al compimento di un lavoro o di un'attività fisica o mentale, di cui si sente successivamente il peso sostenuto e la conseguente stanchezza. In senso figurato, indica, pertanto, la difficoltà nel raggiungimento di un obiettivo che ci si è prefissi e il tormento interiore che da ciò ne consegue. È evidente altresì il riferimento alla difficoltà per l'essere umano di mantenere bella ed incontaminata la natura, rispettando gli equilibri che la sostengono.

Il successivo incontro di co-occorrenze pone nuovamente l'accento sull'auspicabile contatto con ciò che ci circonda e sul desiderio di una relazione di affiliazione che possa difensivamente negare l'emergere della diversità, ingabbiando nella condizione forzata di *amico* chi ancora non si conosce, al fine di scongiurare, mediante il controllo dell'altro, un'eventuale attacco.

BELLO	INCONTAMINATO
	VISITARE
NATURA	SELVAGGIO
	PARADISO
FATICA	TRANQUILLO
	POSTO

La parola **tranquillo**, dal latino *tranquillus* «tranquillo, calmo, sereno», indica uno stato di calma e di quiete. Riferita ad un luogo è associata al silenzio e alla possibilità di non essere disturbati. Evoca alla mente la condizione d'animo vissuta in assenza di preoccupazioni, paure, ansie che possono essere causa di turbamento. È altresì associata a una sensazione di sicurezza (e quindi di padronanza, di controllo) nei confronti di qualcosa o qualcuno.

Il termine **posto** deriva dal latino *positus*, participio passato del verbo *pōnĕre* «porre», si riferisce in generale allo spazio o una sua porzione che può essere occupato da persone o cose. Nell'espressione comune *fare posto a qualcuno/qualcosa* indica lo spostarsi, lo stringersi, l'avvicinarsi in modo che lo spazio disponibile sia sufficiente per tutti. È associato alla sensazione di essere accolto o sistemato fra persone o cose ritenute di natura simile, ricevendo in tal modo una collocazione appropriata. Nell'espressione *stare al proprio posto*, la

parola è altresì associata all'idea del rispetto di determinate norme comportamentali, grazie alle quali le diverse parti in causa sanno rispettivamente cosa aspettarsi l'una dell'altra. Dunque, richiama alla mente l'idea del porsi o, più in generale, *porre dei limiti*, di stabilire delle regole. Ma con quale finalità? Per poter tenere sotto controllo l'emotività dilagante nell'incontro con l'Altro, con ciò che non è noto. Infine, soffermiamo la nostra attenzione sulle ultime due parole dense che caratterizzano il RC in analisi.

BELLO	INCONTAMINATO
	VISITARE
NATURA	SELVAGGIO
	PARADISO
FATICA	TRANQUILLO
POSTO	ACCESSO
	LUOGO

Con la parola **accesso** (dal latino *accessus*, participio passato del verbo *accedere*, composto di *ad* «verso» e *cedere* «andare») si intende la possibilità o la facoltà di accedere, di avvicinarsi ad un luogo o a qualcosa, evocando alla mente l'idea di poter partecipare, di poter essere considerato degno di farne parte.

Il termine **luogo** (dal latino *locus*) indica una porzione di spazio circoscritta, più o meno estesa, a cui è possibile associare determinate caratteristiche relative alla sua conformazione e/o natura, al suo aspetto, alla praticabilità e alle condizioni di vita che consente al suo interno. In funzione, infatti, del tipo di luogo in cui decidiamo di recarci, sappiamo (o crediamo di sapere!) preventivamente quali siano i comportamenti più idonei da mettere in atto, ma anche che cosa dobbiamo e possiamo aspettarci dagli altri. Quest'ultimo incontro di co-occorrenze mette, quindi, in evidenza la funzione difensiva svolta dalle aspettative, da ciò che ci si attende nella relazione con un contesto che, prima ancora di essere vissuto ed esperito, è investito e simbolizzato affettivamente, attraverso l'agito emozionale.

5. 2. 4. Il Repertorio Culturale 4: La cultura del turismo e l'incontro con l'*Altro*

Il quarto Repertorio Culturale emergente comprende il restante 28.62% dei contesti elementari del corpus oggetto di studio. La principale parola densa che caratterizza il RC è **rispettare**.

RISPETTARE

Dal latino *respectare*, letteralmente «guardare indietro», ma anche «volgersi a guardare, aver riguardo per», la parola **rispettare** indica la manifestazione, tramite atti e parole, di un sentimento di devoto riconoscimento della superiorità intellettuale, morale o sociale di qualcuno. Richiama alla mente l'idea di una relazione emozionale con il contesto asimmetrica, fondata sul potere dell'uno sull'altro; un potere legittimato dal riconoscimento stesso della superiorità di chi diviene oggetto di rispetto e che impedisce uno scambio reciproco. Il termine è usato altresì in riferimento alla considerazione ed all'attenzione riservate ai diritti, al decoro e alla dignità altrui, ma anche personali. Tale aspetto appare suggerire l'idea di un senso di appartenenza ad un sistema che condivide rappresentazioni, ma anche modelli di condotta. Sembra pertanto suggerire che ci sia qualcuno dietro (dal senso etimologico della parola), che stabilisca per gli altri quali principi seguire. Il termine è associato inoltre all'idea di un'esecuzione attenta e fedele di norme, regole, ordini o prescrizioni, ma anche del riguardo e della cura con i quali si utilizza qualcosa, al fine di non apportare alcun danno, ponendo l'accento sugli esiti di ciò che facciamo e sul riconoscimento di modelli di condotta considerati preferibili rispetto ad altri. Al fine di ridurre la polisemia emozionale, osserviamo il successivo incontro di co-occorrenze.

RISPETTARE AMBIENTE
TURISMO_RESPONSABILE

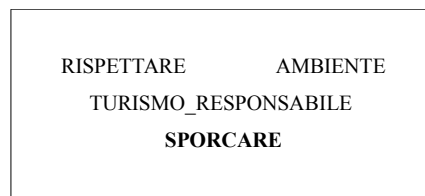
Con la parola **ambiente**, che deriva dal latino *ambiens -entis* (participio presente di *ambire* «andare intorno, circondare»), ci si riferisce genericamente allo spazio circostante ad una cosa o a un individuo. Evoca l'idea del guardarsi attorno, alla ricerca dello sguardo di chi ci sta vicino. Comunemente tale parola è associata al significato di natura, indicando il luogo in cui gli esseri viventi trascorrono la propria esistenza. Questo aspetto sembra suggerire una possibilità di equilibrio ed armonia, ma fondata su cosa? In un senso più ampio la parola è utilizzata, sia per indicare l'insieme di condizioni sociali, culturali e morali all'interno della quali un individuo vive, sia un gruppo di persone che condividono i medesimi interessi, le stesse idee o gli stessi atteggiamenti. Ritorna in tal modo alla mente l'idea di un'appartenenza fondata sul riconoscimento di principi e valori, che possano guidare nella scelta della condotta da adottare.

La parola densa che segue è **turismo responsabile**. Tale espressione è stata impiegata nella nostra ricerca come parola-stimolo, chiedendo ai soggetti coinvolti di attribuirgli il significato che ritenevano più adeguato. Proprio per tale motivo è stata inserita nel gruppo di parole ritenute, all'interno del corpus, ad alto valore emozionale, sebbene non fosse stata utilizzata spontaneamente dai soggetti coinvolti. In tal senso, l'emergere di tale parola appare essere coerente con le ipotesi fatte finora: è evidente, infatti, il riferimento ad un principio proposto dall'esterno (dal ricercatore, appunto) che sembra suggerire come comportarsi e a quale “morale” aderire, all'interno della relazione con ciò che ci circonda.

Per valutarne la polisemia emozionale, prendiamo quindi in considerazione le diverse sfumature di significato che sono attribuite comunemente alla parola **responsabile**. Dal latino *responsum*, supino del verbo *respondere*, dai cui il significato propriamente di «che può essere chiamato a rispondere di certi atti». (Allo stesso modo, al soggetto è stato chiesto di rispondere sul possibile significato attribuibile a tale espressione). Il termine è associato all'idea di rendere ragione delle proprie azioni e dei propri comportamenti, prendendosi carico delle conseguenze che da essi derivano. Richiama alla mente la moderatezza, la capacità di equilibrio e di riflessione, la consapevolezza delle conseguenze del proprio agire e l'attenzione costantemente rivolta al non recar danno o al non

nuocere a qualcuno. Nel suo accostamento al termine turismo, tale attributo suggerisce evidentemente la possibilità di un turismo che sappia tenere conto degli effetti che induce e che sappia rispettare i luoghi e le persone che incontra. È evidente, pertanto, il costante riferimento all'*estraneità*, a ciò che viene dal di fuori, pretendendo di avere un suo spazio. Un'estraneità legata inevitabilmente all'espletamento di un'attività come il turismo, che induce costantemente al confronto con la diversità e con gli esiti concreti delle scelte che si compiono, ma anche l'estraneità di una nozione (il turismo responsabile, appunto!) che probabilmente viene percepita come un obbligo a cui sottostare.

Per valutare la plausibilità di tali ipotesi, soffermiamo la nostra attenzione sul successivo incontro di co-occorrenza.



Sporcare ha origine dal latino *spūrcare* «sporcare, insudiciare, rendere sporco», derivato da *spurcus*. La parola *sporco* indica ciò che è stato alterato nel suo aspetto originario, a causa della presenza di corpi, elementi o più in generale di materiali che gli sono estranei. Richiama alla mente la sensazione spiacevole di inadeguatezza, legate all'irrompere di ciò che è lontano, che altera quello con cui viene a contatto, modificandone l'aspetto e i connotati (l'uomo che modifica l'ambiente, ma anche il turista che visita il luogo e il ricercatore che pone domande e propone nozioni sconosciute). In senso figurato, il verbo *sporcare* si riferisce al compromettere la propria dignità o immagine sociale, mediante la realizzazione di atti e comportamenti ritenuti contrari alla correttezza, all'onestà e alla morale o più in generale al comune sentire.

Evoca pertanto la sensazione di paura per il mancato riconoscimento di Sé da parte dell'Altro.

RISPETTARE AMBIENTE
TURISMO_RESPONSABILE
SPORCARE
COMPORAMENTO

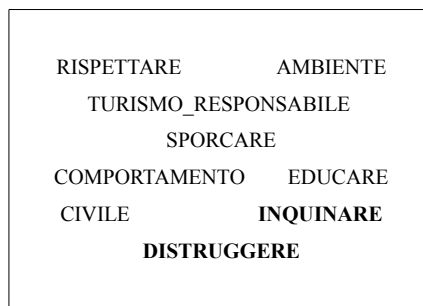
La parola densa che segue è **comportamento**, che deriva dal latino *comportare* «portare insieme» ed indica genericamente il modo di agire di un individuo, nei confronti dell'ambiente e delle altre persone, in particolari circostanze o situazioni. L'origine etimologica pone l'accento sulle conseguenze delle azioni che vengono intraprese, ma anche sulla possibilità di giungere insieme ad un risultato osservabile. Il comportamento, infatti, è associato all'idea di ciò che può essere osservato e che, al di là delle tante buone intenzioni, può essere giudicato e valutato. L'incontro di co-occorrenze che segue consente di cogliere ulteriori sfumature di significato nella relazione con il contesto.

RISPETTARE AMBIENTE
TURISMO_RESPONSABILE
SPORCARE
COMPORAMENTO **EDUCARE**

Il termine **educare** deriva dal latino *educare*, che ha avuto origine a sua volta dal verbo *educĕre* «trarre fuori, allevare», composto da *e-* e *ducĕre* «trarre, condurre». Si riferisce solitamente alla possibilità di sviluppare ed affinare, mediante l'insegnamento e l'esempio, le competenze intellettuali ed estetiche, ma anche le qualità morali, le attitudini e le sensibilità, generalmente di individui di giovane età. Rievoca alla mente la possibilità di trasformare le “buone intenzioni” in comportamenti osservabili, ma, allo stesso tempo, pone l'accento sulla perdita della spontaneità propria dei bambini, costretti a sottostare alle idee dei “grandi”, degli adulti che, in quanto tali, possono decidere quale sia la maniera corretta di comportarsi.



La parola densa che segue è **civile** (dal latino *civilis*, derivato di *civis* «cittadino») ed indica ciò che è proprio del cittadino, di chi appartiene a una comunità di individui, che condivide regole o istituzioni. Fa anche riferimento alle condizioni sociali, ai modi, ed alla condotta caratterizzati da decoro, agiatezza, cortesia e buona educazione. L'educazione è quindi il tramite che consente l'accesso al mondo civile, che rende possibile l'essere considerato parte di una comunità che aderisce a certi modelli di comportamento. Dal termine **civile**, inoltre, deriva la parola *civiltà*, con la quale si è soliti denotare la specifica forma che caratterizza la cultura e la vita sociale di un dato popolo, o di una determinata epoca storica. È altresì utilizzato come sinonimo di progresso ed evoluzione, richiamando alla mente le conquiste che l'uomo, nel corso della sua evoluzione, è riuscito ad ottenere nei confronti della natura. Il successivo incontro di co-occorrenze sembra porre l'accento sulle conseguenze dell'essere civile, dell'essere allontanati dalla condizione di natura.



La parola **inquinare** (dal latino *inquinare* «inquinare, sporcare, corrompere»), denota genericamente l'azione di contaminazione perpetuata ai danni dell'ambiente naturale, mediante l'emissione spropositata di agenti patogeni e nocivi, che ne altera le qualità e le condizioni di equilibrio, che sole rendono

possibile la vita. L'inquinamento sembra essere l'inevitabile costo da pagare per il raggiungimento del progresso. La paradossale conseguenza dell'essere civili; l'altra faccia della medaglia della civiltà. In senso figurato indica altresì l'alterazione, la contaminazione morale ed ideologica. Il termine **distruggere** deriva dal latino *destruere*, composto di *de-* e *struere* «innalzare, costruire» significa abbattere, ridurre in rovina, con veemenza, scomponendo un oggetto in più parti, tanto da renderlo non più utilizzabile o addirittura non lasciandone più alcuna traccia. È associato all'idea dell'aggressiva imposizione dell'*estraneità*, del potere del più forte che si abbatte sul più debole, e al vissuto di impotenza che ne consegue. L'emergere della successiva parola densa sembra confermare tale ipotesi.

RISPETTARE	AMBIENTE
TURISMO_RESPONSABILE	
SPORCARE	
COMPORAMENTO	EDUCARE
CIVILE	INQUINARE
DISTRUGGERE	TURISMO

Ritorna la parola **turismo**. Questa volta, però, non è associata all'attributo responsabile. Si riferisce a qualcosa di più noto che, come abbiamo precedentemente specificato, ha a che fare sia con le attività e i servizi che ne rendono possibile lo svolgimento su un dato territorio, sia con l'insieme di persone che, a scopo ricreativo e di vacanza, trascorrono un periodo di tempo in un luogo diverso da quello in cui quotidianamente vivono e lavorano. A livello emozionale, quindi, il turismo rappresenta, sia la diversità che da lontano si avvicina, sia la modalità con cui decidiamo di gestire tale “invasione”. Ma come è possibile evitare che vi siano delle conseguenze devastanti?

Le tre parole dense che seguono sembrano suggerire una possibile soluzione, che possa favorire un esito “positivo” nell'incontro con la diversità.

RISPETTARE	AMBIENTE
TURISMO_RESPONSABILE	
SPORCARE	
COMPORAMENTO	EDUCARE
CIVILE	INQUINARE
DISTRUGGERE	TURISMO
CURARE	SALVAGUARDARE
REGOLE	

Come abbiamo già sottolineato, la parola **curare** (dal latino *cūrare* «curare, aver cura di, occuparsi di») indica la possibilità di rendere qualcosa o qualcuno oggetto di cura, mediante l'attuazione di premurose attenzioni. È associata altresì alla possibilità e al desiderio di esercitare un'influenza su ciò che accade, sfuggendo in tal modo al controllo messo in atto da altri.

Il termine **salvaguardare** (come il francese *sauvegarder* da cui deriva) è composto dall'attributo *salva* (dal latino *salvus*, che ha la stessa radice di *salus* «salute») e il sostantivo *guardia* (derivato di *guardare*). Rimanda all'idea del custodire qualcosa o qualcuno, di proteggere, ponendo l'accento sulla difesa e sulla tutela degli interessi propri o altrui (che siano essi morali o materiali). È associato altresì al mantenimento di una condizione di equilibrio, che possa garantire il normale svolgimento di un fenomeno o di un evento, senza che si verifichi l'insorgenza di dannose conseguenze. Dunque le **regole**, segnando il cammino da seguire per evitare di perdersi (come suggerisce l'origine etimologica: dal latino *regūla*, derivato del verbo *regĕre* «guidare diritto»), sembrano rappresentare la necessità di impiegare una modalità rassicurante di interagire con l'Altro, che consenta di sapere in anticipo come andrà a finire, quale sarà l'esito di tale incontro (scontro). Le ultime tre parole dense considerate sembrano mettere in evidenza il desiderio di occupare una posizione di potere nella relazione con l'estraneità, in contrapposizione a un diffuso vissuto attuale di impotenza. Tale ipotesi appare essere confermata dal successivo incontro di co-occorrenze.

RISPETTARE	AMBIENTE
TURISMO_RESPONSABILE	
SPORCARE	
COMPORAMENTO	EDUCARE
CIVILE	INQUINARE
DISTRUGGERE	TURISMO
CURARE	SALVAGUARDARE
REGOLE	PULIRE
LUOGO	

Pulire, dal latino *polire* «pulire, levigare», significa (in contrapposizione a sporcare) togliere tutto ciò che, in maniera inappropriata, ricopre una superficie, che dà fastidio, che interferisce con ciò che in realtà dovrebbe essere. È associato all'emozione positiva di liberare se stessi, o qualcosa, dagli artefici (da tutto ciò che non è autentico) che ne offuscano la reale essenza o natura. Il termine **luogo** (dal latino *locus*) indica, d'altra parte, non solo uno spazio, un ambiente o una determinata porzione di territorio, ma anche la posizione, il posto che si occupa all'interno di un contesto e ciò che sanziona, quindi, la pertinenza del nostro agire (significato evidente nell'espressione comunemente utilizzata dell'*essere o sentirsi fuori luogo*). Le due parole dense susseguenti ribadiscono e chiariscono ulteriormente la sensazione negativa, derivante dall'azione incontrollata del potere dell'Altro, che svuota, che priva della propria autenticità.

RISPETTARE	AMBIENTE
TURISMO_RESPONSABILE	
SPORCARE	
COMPORAMENTO	EDUCARE
CIVILE	INQUINARE
DISTRUGGERE	TURISMO
CURARE	SALVAGUARDARE
REGOLE	PULIRE
LUOGO	DETURPARE
ROVINARE	

La parola **deturpare**, infatti, dal latino *deturpare*, derivato di *turpis* «turpe,

deforme» significa peggiorare l'aspetto di qualcosa, alterare, deformare, rendere peggiore e, in senso morale, corrompere. È evidente il riferimento a qualcosa che dall'esterno agisce sull'interno, modificandone la natura.

Il termine **rovinare** (dalla parola *rovina*, che deriva dal sostantivo latino *rūīna* «caduta precipitosa, crollo», a sua volta originato dal verbo *ruĕre* «precipitare, cadere») si riferisce ad un movimento che, spingendo verso il basso, porta al proprio annientamento. Al basso infatti è associata la condizione dell'impotenza, dell'assenza di controllo, del subire su di sé l'azione dell'altro. Un'azione che inevitabilmente induce a modificare il nostro essere (in riferimento alla parola densa **deturpare**), sotto la spinta esercitata dal potere che l'altro ci impone.

Le ultime due parole dense che caratterizzano il RC sembrano suggerire, per contrapposizione, una possibile soluzione da adottare nell'incontro con l'estraneità.

RISPETTARE	AMBIENTE
TURISMO_RESPONSABILE	
SPORCARE	
COMPORTAMENTO	EDUCARE
CIVILE	INQUINARE
DISTRUGGERE	TURISMO
CURARE	SALVAGUARDARE
REGOLE	PULIRE
LUOGO	DETURPARE
ROVINARE	
RESPONSABILE	CULTURA

Ritorna l'idea della *responsabilità*, dell'essere **responsabile** personalmente del proprio agire, dell'essere in grado di rispondere di sé e della propria condotta. A tale parola è spesso associata la capacità di riflessione e di ponderatezza, il saper decidere con equilibrio come comportarsi, tenendo ben presenti i possibili rischi e pericoli nascosti, sia per sé che per gli altri. *L'essere responsabili* è altresì associato all'idea della crescita, del raggiungimento dell'autonomia, dell'affrancarsi dalla condizione di dipendenza. Una competenza che va coltivata nel tempo, una conquista a cui si arriva solo attraverso una rielaborazione

personale di ciò che ci viene proposto e di quello di cui facciamo esperienza.

La **cultura** (dal verbo latino *colĕre* «coltivare») costituisce, pertanto, l'esito a cui si giunge attraverso la capacità di riflettere su di sé e su ciò che accade nel contesto, riconoscendo le conseguenze del proprio agire. L'immagine della cultura concorda perfettamente con l'idea che qualcosa che proviene dall'esterno, da lontano da noi, possa con il tempo divenire un patrimonio comune, intriso delle tracce di ciò che è stato, e che, al tempo stesso, possa rappresentare una guida fondamentale da seguire nel presente e nel futuro. È associata, dunque, all'idea di lasciar sedimentare ciò che arriva dall'esterno, di lasciare che il piccolo seme gettato nel terreno diventi pianta, come perfetta sintesi tra l'esterno e l'interno, tra il passato ed il presente.

5. 2. 5. Lo Spazio Culturale

Prendendo in considerazione la posizione occupata dai diversi Repertori Culturali all'interno dello Spazio Culturale emergente, è possibile cogliere ed analizzare le eventuali discrepanze e contraddizioni caratterizzanti la Cultura Locale oggetto di studio. Come affermano Carli e Paniccia (2002, p. 320), infatti, «I Repertori Culturali si contrappongono e si differenziano. Si organizzano nello Spazio Culturale in una relazione dinamica che richiede scelte e riorganizzazioni del campo». Osservando pertanto lo Spazio Culturale (si veda **Figura 7**⁵⁵), si nota immediatamente che i RC2, RC3 e RC4 si dispongono in corrispondenza dei vertici di un immaginario triangolo. Il vertice più alto, il RC3, si trova sulla polarità positiva del secondo fattore. Tale fattore, secondo Carli e Paniccia (2002), è caratterizzato dalla dinamica emozionale del *potere*, la quale, all'interno del contesto oggetto di studio, si declina tra il riconoscimento dell'assoluta predominanza della natura e del rispetto del territorio (polarità positiva) e il tentativo di conciliare il rispetto dell'ambiente con la gestione e la fruizione delle risorse del territorio e del fenomeno turistico (polarità negativa).

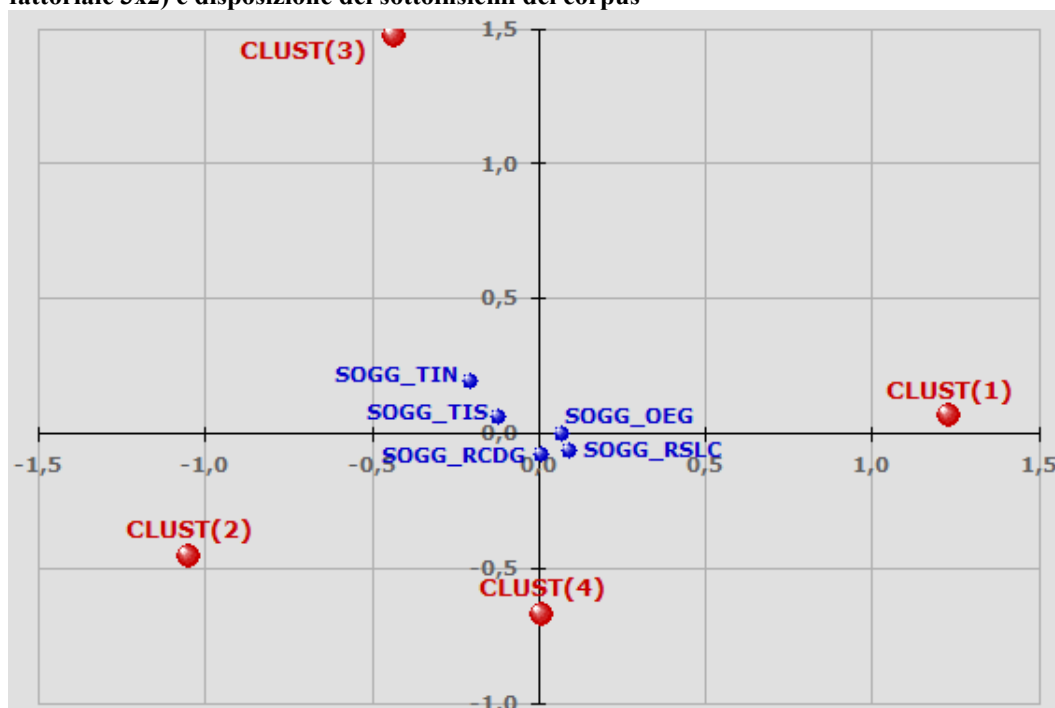
Gli altri due vertici dell'immaginario triangolo che stiamo considerando, sono occupati dai RC2 e RC4, disposti rispettivamente sulla polarità negativa e su

⁵⁵ In tale figura i cluster corrispondono ai *Repertori Culturali* e il piano fattoriale corrisponde allo *Spazio Culturale*.

quella positiva del primo fattore. Il primo fattore, descrivendo la specifica declinazione della dinamica emozionale dell'*appartenenza* nel contesto analizzato, è caratterizzato dalla contrapposizione tra quelli che possono essere considerati i principi regolatori, elaborati dagli esperti del settore, per una gestione sostenibile e responsabile del fenomeno turistico sul territorio (polarità positiva) e, di contro, le concrete e specifiche difficoltà con cui la comunità locale si trova necessariamente a fare i conti nella quotidianità, nel desiderio di cogliere l'opportunità di crescita economica costituita dal turismo (polarità negativa). In una posizione un po' più centrale rispetto ai vertici del nostro immaginario triangolo troviamo, infine, il RC1. Tale Repertorio Culturale sembra essere disposto sul terzo fattore, considerato perpendicolare al piano della pagina. Per poter meglio comprendere la posizione del RC1 decidiamo di traslare i fattori sugli assi del piano cartesiano, ponendo il terzo fattore, inizialmente, sull'asse delle ascisse (**Figura 8**) e, successivamente, sull'asse delle ordinate (**Figura 9**). Tale spostamento dei fattori consente di cogliere altresì diverse sfumature del primo e del secondo fattore, in relazione al terzo. Considerando, infatti, la **Figura 8** è possibile notare chiaramente che il RC1 è posto sulla polarità positiva del terzo fattore. Tale fattore concerne la contrapposizione tra gli effetti e i vantaggi offerti dalla presenza del turismo sul territorio (polarità positiva) e la possibilità di gestire tale fenomeno nel piano rispetto della natura (polarità negativa). Il RC1, infatti, sembra indicare i possibili fattori di crescita (non solo economica) come importanti e stimolanti promotori, che possano indurre ad instaurare una relazione più autentica con il contesto e, più in generale, con l'estraneità, che sia fondata sullo scambio e sulla negoziazione dei significati emozionali e sul potere competente. In posizione quasi opposta, si trova il RC2 che, di contro, mette in evidenza le difficoltà riscontrate nella gestione del fenomeno turistico e la sensazione di impotenza, connessa alla difficile considerazione dei molteplici interessi, da parte di chi gestisce le risorse del territorio. Entrambi i Repertori Culturali (RC1 e RC2) forniscono interessanti spunti per l'elaborazione di forme di intervento per lo sviluppo del contesto oggetto di studio⁵⁶.

⁵⁶ Per l'approfondimento di tale aspetto, si rimanda il lettore al capitolo VI, interamente dedicato alle forme di intervento che possano favorire la diffusione di un turismo responsabile sull'area

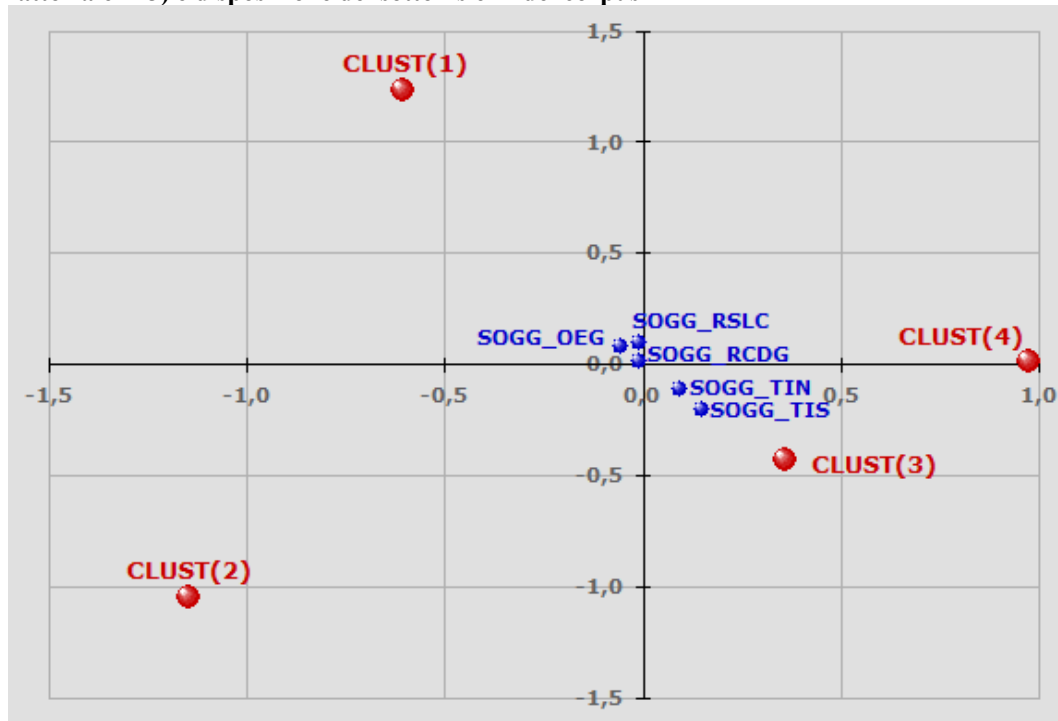
Figura 8: Rappresentazione dei Repertori Culturali (cluster) nello Spazio Culturale (piano fattoriale 3x2) e disposizione dei sottoinsiemi del corpus



La **Figura 9**, inoltre, mostra che entrambi i Repertori Culturali che affrontano la dinamica emozionale connessa allo sviluppo, sono posti sulla polarità negativa del primo fattore (che concerne la categoria emozionale del *dentro*) in opposizione ai RC4 e RC3, posti sulla polarità positiva del medesimo fattore, pertinente la categoria emozionale del *fuori*. Pertanto lo Spazio Culturale, considerato dalle diverse prospettive, pone l'accento su due aspetti fondamentali: innanzitutto che gli elementi di crescita e di sviluppo, riscontrati nel sistema collusivo indagato, sono altamente connessi ad un vissuto emozionale di condivisione e di partecipazione nella realizzazione di un obiettivo comune (l'essere *dentro*, il sentirsi parte di qualcosa); in secondo luogo, tuttavia, mette anche in evidenza che la gestione del territorio e del fenomeno turistico in grado di rispettare la natura e le esigenze di tutti, appare ancora essere un suggerimento che viene da lontano, qualcosa che seppur si conosce, appare ancora essere non condiviso, in quanto distante dall'esperienza avuta finora (l'essere *fuori*, lontano da ciò che si conosce).

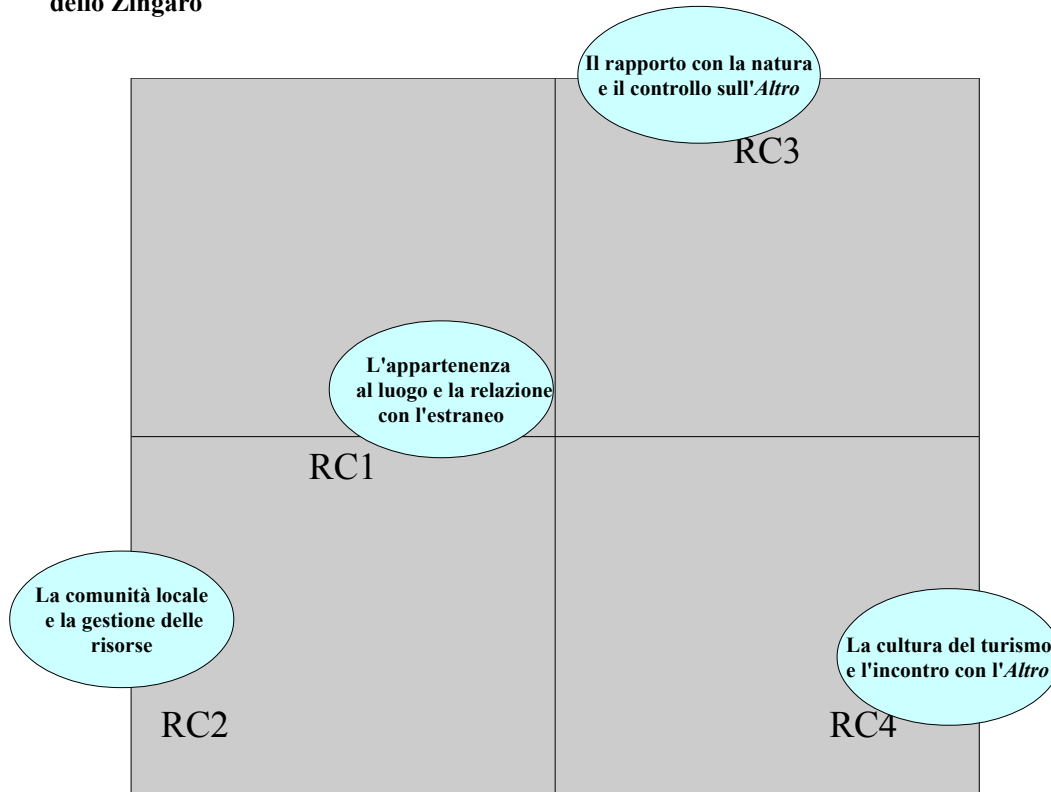
oggetto di indagine.

Figura 9: Disposizione dei Repertori Culturali (cluster) nello Spazio Culturale (piano fattoriale 1x3) e disposizione dei sottoinsiemi del corpus



Infine, la **Figura 10** rappresenta lo *Spazio Culturale*, in funzione delle dinamiche emozionali che hanno caratterizzato il processo collusivo condiviso dagli stakeholder afferenti alla Riserva Naturale Orientata dello Zingaro, che sono stati coinvolti in questa nostra ricerca. Tale figura mette particolarmente in evidenza che gli elementi di sviluppo rintracciati nel contesto dall'Analisi Emozionale del Testo possono essere identificati nel senso di appartenenza al luogo e nella capacità di instaurare una relazione autentica di scambio con l'*altro da sé*. Entrambi, infatti, costituiscono delle potenziali strade da percorrere, al fine di supportare l'Ente gestore dell'area protetta e la comunità locale nella gestione delle risorse offerte dal territorio, nel pieno rispetto della natura e dell'altro, favorendo lo sviluppo di un turismo autenticamente responsabile, fondato sulla consapevolezza dei vissuti emozionali delle diverse parti in causa.

Figura 10: La rappresentazione dello *Spazio Culturale* e dei *Repertori Culturali* emergenti dall'*AET* condotta coinvolgendo diversi *stakeholder* afferenti alla Riserva Naturale Orientata dello Zingaro



Il prossimo capitolo di questo nostro lavoro sarà, pertanto, interamente dedicato alle possibili forme di intervento psicologico che possano contribuire allo sviluppo del contesto indagato, favorendo la sostituzione dell'*agito emozionale* con un *pensiero emozionato* (Carli, Paniccchia, 2003). Una forma di pensiero arricchita dal riconoscimento delle simbolizzazioni affettive del contesto, dei vissuti emozionali emergenti nell'incontro con l'Altro, che consente di entrare in relazione con ciò che in se stessi e negli altri ancora non si conosce (*l'estraneo*), accrescendo e potenziando la conoscenza del reale, mediante lo scambio e la negoziazione (Carli, Paniccchia, 2003, 2002).

Capitolo VI

Forme di intervento psicologico per la promozione di un turismo responsabile nella Riserva Naturale Orientata dello Zingaro

Giunti ormai quasi alla fine del nostro lavoro, chi scrive desidera proporre al lettore delle riflessioni sul possibile utilizzo dei dati e delle informazioni che sono stati raccolti nell'indagine empirica condotta. Troppo spesso, infatti, la ricerca rimane pura speculazione teorica, in un ambito prettamente accademico, lontana da un'applicabilità che possa supportare gli addetti ai lavori nello svolgimento della propria prassi professionale. Obiettivo di questo capitolo finale è pertanto quello di mostrare le potenziali ricadute applicative della metodologia proposta.

Come affermano Carli e Paniccia (2002, p. 11) «L'Analisi Emozionale del Testo ha questo scopo: costruire delle ipotesi sulla cultura di un'area sociale, di un'organizzazione, di un sistema sociale d'appartenenza, al fine di pianificare e costruire l'intervento psicologico entro il sistema stesso». Tale metodologia consente quindi di mettere in evidenza i processi collusivi che caratterizzano una specifica realtà sociale, orientando la pianificazione dell'intervento all'interno delle strutture organizzative che in essa agiscono. «In particolare, con AET si intendono individuare, a partire dalle potenzialità espresse dalle dinamiche collusive, specifici indicatori di sviluppo organizzativo, all'interno del contesto sociale in analisi, al fine di orientare l'intervento alla facilitazione dello sviluppo stesso» (*ivi*, p. 15).

Per il caso studio presentato in questo nostro lavoro, tramite l'applicazione della metodologia AET, è dunque possibile proporre una consulenza e un supporto che siano finalizzati alla promozione di forme di turismo responsabile nel territorio afferente all'area naturale protetta, attribuendo all'Ente Gestore una funzione di guida e coordinamento delle diverse parti in causa, secondo quanto suggerito dalla *Carta Europea del turismo durevole nelle aree protette*.

Carli, Paniccia (2002) precisano che la metodologia dell'AET consente di conoscere i processi collusivi solo nel caso in cui siano considerati una

problematica, una committenza (sia potenziale che reale) e dei precisi obiettivi. Nel caso-studio proposto, la problematica oggetto di analisi è stata quindi la diffusione di un turismo responsabile nelle aree protette; la committenza potenziale l'Ente Gestore e gli obiettivi prefissi l'analisi del sistema collusivo emergente, al fine di rintracciare possibili indicatori di sviluppo per il contesto, che possano favorire la complessa conciliazione di interessi differenti. Per far sì che le simbolizzazioni affettive, rintracciate mediante l'AET, possano guidare efficacemente la realizzazione e la promozione di forme di turismo responsabile è necessario che il sistema collusivo emergente sia, non più agito, ma confrontato con il reale ed arricchito attraverso il riconoscimento della cosiddetta domanda di realtà (*ibidem*).

6. 1. L'incontro con la *domanda di realtà*

Con l'espressione *domanda di realtà* si intende indicare: «[...] l'insieme dei vincoli e delle competenze necessari per la trasformazione di una fantasia collusiva in un prodotto fruibile entro la relazione sociale» (Carli, Paniccia, 2002, pp. 21-22). Rappresenta, al tempo stesso, la *componente interna* al sistema collusivo emergente che consente di trovare espressione e compimento all'interno del contesto, ma anche la *componente esterna*, costituita dagli aspetti storici, ambientali e tecnici che caratterizzano quel determinato sistema sociale, che influisce sulla messa in atto di comportamenti competenti nella relazione con l'estraneo (*ivi*). Come precisano gli stessi Autori, «[...] **il rapporto con l'estraneo è un modo di relazione** tra mondo interno e mondo esterno. L'estraneo [...]. È ciò che viene esplorato di sé e dell'altro, in una relazione nella quale venga organizzato e monitorato il confronto tra sistema collusivo che fonda e garantisce l'appartenenza, e domanda di realtà» (*ivi*, p. 77). La relazione con l'estraneità richiede di acquisire e scambiare le informazioni che possono favorire la crescita e l'arricchimento reciproci e «[...] rappresenta lo stadio più evoluto e produttivo dell'esperienza umana» (*ivi*, p. 80), in cui l'esigenza di conoscere ha la meglio sul rassicurante bisogno di controllo della realtà e dell'altro. Un incontro con la realtà che sia veramente autentico, presuppone quindi uno scambio di informazioni e la

negoziazione dei significati, possibili solo a condizione che la relazione con l'altro sia fondata sul riconoscimento dell'estraneità e sulla conseguenziale messa in discussione dei cosiddetti dati di fatto. Tale scambio di informazioni e di vissuti emozionali «[...] Consente la realizzazione, assieme all'estraneo, del prodotto che emerge dalla reciproca competenza» (Carli, Paniccia, 2003, p. 13). Un prodotto che comporta la capacità di porre al servizio della conoscenza del contesto i vissuti emozionali emergenti nell'incontro con l'altro, aumentando la competenza a riconoscere le simbolizzazioni affettive, proprie e degli altri partecipanti al contesto, che ne conseguono.

La domanda di realtà rappresenta, pertanto, il tramite mediante il quale la simbolizzazione emozionale diviene un supporto per l'individuo, in una relazione con il contesto che sia fondata sul riconoscimento dell'estraneità. E l'incontro con la domanda di realtà è dunque ciò che consente alla simbolizzazione affettiva di divenire un'utile risorsa, una fondamentale potenzialità al servizio dello sviluppo del contesto, favorendo l'acquisizione o il potenziamento della *competenza a pensare emozionalmente* dei soggetti che a quel contesto partecipano.

In particolare, considerando il caso-studio analizzato in questo nostro lavoro e lo Spazio Culturale⁵⁷ emergente dall'AET condotta, possiamo notare come sul primo fattore, su cui si declina la dinamica emozionale dell'*appartenenza*, la *dicotomia dentro/fuori* sia legata ad una domanda di realtà che mette in evidenza il contrasto percepito tra la quotidiana e concreta gestione del fenomeno turistico sul territorio e le norme e le regole dettate dall'esterno, in nome di una presunta maggiore competenza e conoscenza del fenomeno, derivata tuttavia non tanto dall'esperienza diretta sul luogo, ma dall'osservazione e dallo studio di principi ritenuti universalmente validi, in quanto approvati e sperimentati altrove. Il RC2, infatti, denominato *La comunità locale e la gestione delle risorse*, sottolinea la sentita esigenza di gestire il fenomeno turistico, percepito come dilagante sul territorio, mediante una maggiore cooperazione che possa colmare il vuoto lasciato da un'amministrazione pubblica che non sempre assolve il proprio compito di guida e di intermediario tra le parti. (Un vuoto che sembra

⁵⁷ Si veda **Figura 10** del precedente Capitolo, a pagina 132 del presente lavoro.

caratterizzare maggiormente il Comune di Castellammare, in opposizione a quello di San Vito che invece è riuscito a sviluppare un'economia turistica nella piccola cittadina marinara). A tale esigenza si contrappone il tentativo di suggerire un possibile percorso da seguire che, tuttavia, richiede un processo di accompagnamento e supporto, al fine di poter essere considerato utilizzabile dai soggetti locali. In posizione quasi opposta troviamo il RC4, denominato *La cultura del turismo e l'incontro con l'Altro*, che mette in evidenza la necessità di seguire delle regole, di avere dei modelli o delle coordinate che possano guidare nella pianificazione e diffusione del fenomeno turistico, evitando però di cadere nella mera messa in atto e reiterazione di comportamenti, senza che vi sia un'autentica condivisione culturale. Il rischio è infatti proprio quello che i principi che propongono uno sviluppo sostenibile e un turismo responsabile sul territorio rimangano delle “ovvie verità”, che proprio in quanto tali non siano oggetto di riflessione, ma siano ripetute sterilmente come scontati dati di fatto, non divenendo mai patrimonio comunemente condiviso. Per far sì che ciò che viene dall'esterno (la cultura sul turismo, elaborata dagli studiosi del settore che sono lontani dalle specifiche realtà locali), divenga patrimonio di chi vive, lavora o transita su un determinato territorio, è necessario che tali nozioni siano calate nel contesto, che siano indicate le modalità secondo le quali possano trovare un'applicazione specifica, in grado di tenere conto delle necessità, delle esigenze e delle aspettative dei differenti stakeholder, promuovendo un'azione concertata di collaborazione e cooperazione, in cui non prevalga il potere dell'uno sull'altro, ma un *potere competente*, fondato sulla conoscenza condivisa.

Sulla polarità positiva del secondo fattore (sul quale viene descritta la dinamica emozionale del *potere*) si trova il RC3, denominato *Il rapporto con la natura e il controllo sull'Altro*. L'incontro di tale Repertorio Culturale con la domanda di realtà rimanda quindi alla necessaria, quanto complessa, condizione di tutela e di salvaguardia dell'ambiente, fondata sulla riconosciuta ed indiscussa sovranità della natura. Problematica questa altamente presente su un territorio che ospita al suo interno aree che, per l'unicità dell'ecosistema che le caratterizza, vengono dichiarate protette. Il mantenimento nel lungo periodo di tale stato di straordinaria

bellezza ed unicità territoriale induce ad esercitare inevitabilmente un controllo che possa limitare l'accesso e la fruibilità del luogo. Come conciliare allora tale controllo e il condivisibile rispetto per la natura con la diffusione del fenomeno turistico sul territorio? Il RC1, denominato *L'appartenenza al luogo e la relazione con l'estraneo*, posto sulla polarità positiva del terzo fattore (che concerne la dinamica emozionale dello *sviluppo*) suggerisce un possibile compromesso, indicando interessanti punti di partenza per lo sviluppo del contesto. È assolutamente innegabile, del resto, che la diffusione del turismo su un territorio porti con sé un impatto economico positivo, che inevitabilmente invita ad accogliere nel proprio territorio la massa di vacanzieri, costituendo spesso l'unica possibilità di sostentamento per economie locali che soffrono della condizione di arretratezza ed emarginazione. Per evitare, tuttavia, che la presenza del turismo venga accettata soltanto a fini strumentali, a discapito dell'integrità del territorio, del benessere sociale e della qualità della vita, è fondamentale poter riscoprire il senso di appartenenza al luogo e l'amore e il legame affettivo per il patrimonio storico-culturale che lo caratterizza. Solo così, infatti, sarà possibile non mettere in secondo piano l'importanza della conoscenza e dell'arricchimento (non solo economico), che hanno origine dalla relazione con l'estraneo e con la diversità, come elementi fondamentali di sviluppo che influiscono sull'attrattività del luogo e, pertanto, sui futuri investimenti economici e sulla percezione di benessere connessa all'esperienza turistica sul territorio.

Diversi sono quindi i possibili interventi psicologici che possono supportare tale processo di crescita, sia individuale che collettiva, mediante l'incontro con la domanda di realtà. Primo passo fondamentale sarà quello di rendere consapevoli gli attori sociali delle dinamiche emozionali e del processo collusivo che caratterizzano il contesto oggetto di studio. Senza tale consapevolezza, infatti, il vissuto emozionale emergente continuerebbe ad agire, condizionando e compromettendo l'esito di qualsiasi forma di pianificazione dell'attività turistica sul territorio si intenda intraprendere, con il conseguenziale spreco di mezzi e risorse.

Nei paragrafi che seguono saranno descritte le forme di intervento, elaborate da

chi scrive, sulla base dei risultati dell'Analisi Emozionale del Testo condotta, del processo collusivo emergente e dell'incontro con la domanda di realtà.

6. 2. *Modelli culturali in gioco: la restituzione dei dati*

Un primo passo fondamentale, verso l'acquisizione o il potenziamento della competenza a pensare emozionalmente, può essere compiuto mediante la fondamentale fase di restituzione ai soggetti coinvolti dei dati raccolti. Carli e Paniccchia (2002) suggeriscono, a tale scopo, un'interessante modalità, che, in sostituzione della mera presentazione delle ipotesi interpretative, formulate dallo psicologo sul significato emozionale emergente dal testo sottoposto ad analisi, propone la realizzazione di un gioco di ruolo o role playing (denominato dagli Autori stessi *Modelli Culturali in gioco*), basato sui Repertori Culturali e lo Spazio Culturale delineati nel corso dell'analisi condotta, che vedrebbe come protagonisti gli attori locali e lo psicologo, in qualità di esperto delle relazioni interpersonali, nella posizione di facilitatore di pensiero. Partendo dal presupposto che attraverso la co-occorrenza delle parole dense si possano rintracciare le dinamiche emozionali che fondano la relazione sociale oggetto di studio, Carli e Paniccchia affermano che: «[...] associando alle parole dense co-occorrenti, chi ha prodotto il testo, ma anche altri gruppi di persone, possono essere in grado di riprodurre la relazione sociale collusiva» (*ivi*, p. 295). Gli Autori aggiungono altresì che «[...] la riproduzione dell'emozionalità collusiva, con Modelli Culturali in Gioco, è possibile non solo con chi ha prodotto il testo analizzato, ma anche con altri gruppi sociali, ad esempio a scopo di apprendimento sulle dinamiche collusive, poiché il messaggio collusivo, insito nel raggruppamento di parole dense, rappresenta uno stimolo emozionale potente e comprensibile universalmente» (*ivi*, p. 297). Come sicuramente ricorderà il lettore, il testo analizzato in questo nostro lavoro attraverso l'AET è stato prodotto da tre differenti categorie di stakeholder della Riserva Naturale Orientata dello Zingaro: a) i lavoratori dell'Ente Gestore (l'Azienda Regionale Foreste Demaniali); b) i residenti dei Comuni afferenti all'area protetta che se ne contendono la paternità (Castellammare del Golfo e San Vito Lo Capo); c) i turisti in uscita dall'area

protetta al termine della visita (dall'Ingresso Sud e dall'Ingresso Nord). E qualora non fosse possibile rintracciare, per la fase di restituzione dei dati, tutti i soggetti coinvolti, si potrà ad ogni modo applicare la modalità dei Modelli Culturali in Gioco con altri soggetti che si trovano comunque a condividere il medesimo contesto (i lavoratori disponibili, altri residenti dei medesimi Comuni, altri turisti che hanno visitato l'area protetta).

Ogni Repertorio Culturale potrà essere quindi utilizzato come un copione che consentirà di mettere in gioco e rappresentare il processo collusivo emergente. Nel role playing potrà pertanto essere chiesto ai soggetti partecipanti di rappresentare ciascun Repertorio, facendo riferimento alle parole dense che lo caratterizzano e tenendo conto della diversa disposizione di ognuno di essi sullo Spazio Culturale. Questa particolare modalità di comunicare i risultati dell'AET, inoltre, costituisce per il ricercatore, come sottolineano Carli e Paniccia (*ivi*), una fondamentale opportunità di validare le ipotesi interpretative elaborate sul processo collusivo in atto nel contesto analizzato. Infatti, al termine della realizzazione del gioco di ruolo, nella fase in cui viene chiesto ai soggetti di descrivere le emozioni provate durante la rappresentazione, sarà possibile verificare ed eventualmente arricchire di ulteriori sfumature il significato emozionale rintracciato nel contesto mediante l'AET.

Nel caso-studio presentato, secondo l'opinione di chi scrive, è particolarmente efficace utilizzare inizialmente tale modalità, e solo successivamente, porre i destinatari nella posizione di meri uditori, in quanto, seppur quest'ultima possa rappresentare un'importante occasione di riflessione, potrebbe, di contro, rafforzare il vissuto emotivo esperito dagli attori locali (e già evidenziato nell'analisi dello Spazio Culturale) di assenza di padronanza e dell'imposizione dall'alto di nozioni e costrutti sentiti come lontani dall'esperienza quotidiana. È preferibile, pertanto, che prima i soggetti possano esperire, mediante il gioco di ruolo, il significato emozionale emergente dal testo, favorendo in tal modo il riconoscimento in se stessi di tali vissuti emotivi e le simbolizzazioni affettive che da essi hanno avuto origine.

Qualora non fosse possibile coinvolgere tutte e tre le tipologie di

stakeholder che sono state protagoniste del nostro lavoro di ricerca, sarebbe altresì possibile applicare tale forma di restituzione ai soli operatori dell'Ente Gestore, coerentemente con la proposta avanzata di promuovere e favorire una loro funzione di coordinamento e coinvolgimento nei confronti degli altri stakeholder.

In qualunque caso, sarà auspicabile mettere in atto tre distinte situazioni, al fine di favorire la comprensione del punto di vista dei diversi stakeholder e promuovere al tempo stesso la capacità di porsi al posto dell'altro e di sacrificare l'assoluta prevalenza delle proprie esigenze, a favore di una comune contrattazione delle priorità e la suddivisione delle responsabilità a ciascuno pertinenti. Lo scenario che farà da sfondo alla rappresentazione sarà quindi un'ipotetica consultazione pubblica, tra le parti in causa, al fine di pianificare lo sviluppo del fenomeno turistico sul territorio circostante la Riserva dello Zingaro, identificando nella riserva stessa una fondamentale attrazione turistica. Sarà quindi proposta una *prima situazione* in cui a prendere la parola, nella scena rappresentata, saranno i rappresentanti dell'Ente Gestore, dando voce ai RC ed alle simbolizzazioni affettive che caratterizzano il contesto, secondo il punto di vista dei lavoratori che per *mission* aziendale si occupano della salvaguardia e della tutela dell'area protetta. Una *seconda situazione* vedrà successivamente rappresentato sulla scena il punto di vista dei residenti dei Comuni circostanti, declinando il significato emozionale delle parole dense dei quattro RC emergenti nello Spazio Culturale analizzato, in base alle esigenze, alle difficoltà ed alle paure proprie di coloro i quali sono originari del luogo. Infine, sarà proposta una *terza situazione* che vedrà come protagonisti i turisti e le simbolizzazioni affettive condivise da coloro i quali che, per motivazioni differenti, hanno deciso di visitare la Riserva dello Zingaro e trascorrere le proprie vacanze sul territorio circostante.

Al termine del role playing, sarà fondamentale così per lo psicologo/ricercatore mettere in evidenza le peculiarità che hanno caratterizzato i RC messi in atto, a seconda della prospettiva di osservazione adottata, e rintracciare le simbolizzazioni affettive condivise dalle tre tipologie di stakeholder, al fine di favorire la capacità di ascolto empatico ed indurre i partecipanti coinvolti a mettere in discussione gli interessi legittimi di ciascun

gruppo, per individuare le necessità predominanti, nel pieno rispetto della comune aspirazione a godere della fruizione delle risorse presenti sul territorio e di uno sviluppo turistico sostenibile, che nel lungo periodo possa garantire la qualità della vita e quindi l'attrattività del luogo.

6. 3. La formazione e la sensibilizzazione

Dopo un'iniziale fase, finalizzata all'acquisizione della consapevolezza delle simbolizzazioni affettive e del processo collusivo condiviso dai differenti stakeholder dell'area naturale protetta, sarà possibile proporre degli interventi formativi e di sensibilizzazione, sulla base delle difficoltà emozionali emergenti dallo Spazio Culturale e della domanda di realtà. Abbiamo già sottolineato che i RC1 e RC2, in quanto posti sul terzo fattore, suggeriscono interessanti prospettive di intervento che possono supportare il contesto analizzato nella piena realizzazione del proprio sviluppo, attualmente ancora in germe. Sul terzo asse, infatti, si contrappongono le «[...] simbolizzazioni affettive volte allo sviluppo e quelle che sottolineano l'assenza dello stesso» (Carli, Paniccia, 2002, p. 290).

Pertanto, per proporre una *formazione* che non sia *data* a priori, ma *costruita* sulla base di specifiche e concrete esigenze e problematiche che caratterizzano il contesto analizzato (Carli, Paniccia, 1999) è essenziale considerare le dinamiche emozionali su cui si fondano i RC posti su tale asse e favorire, in tal modo, l'incontro con la domanda di realtà. Come ricordano Carli e Paniccia, «La simbolizzazione dello sviluppo, [...], ha a che fare con la relazione con l'estraneo e con la conoscenza e lo scambio possibile entro tale relazione» (2002, p. 281) e per poter quindi realizzare degli interventi formativi e/o di sensibilizzazione che possano supportare il cambiamento necessario, bisognerà comprendere secondo quale declinazione tale dinamica trova espressione nel contesto analizzato. Alla possibilità di partecipare attivamente alla gestione del turismo sul territorio circostante la Riserva dello Zingaro (in riferimento al RC1), si oppone la difensiva richiesta di intervento da parte di un terzo (l'Amministrazione Comunale) che detti le regole e le condizioni necessarie per la realizzazione di un cambiamento (in riferimento al RC2). Il RC1 pone quindi

l'accento sulla possibilità di prendere parte attiva allo svolgimento delle attività turistiche sul territorio, sia attraverso la conoscenza delle tecniche di gestione e di pianificazione, sia accrescendo la *competenza a convivere*, la *competenza a trattare con l'estraneo*, vale a dire «[...] quella competenza, presente in un dato contesto, capace di istituire rapporti di reciprocità con l'estraneo, funzionali alla risoluzione di problemi di adattamento» (Carli, Paniccia, 1999, p. 204). Ciò consentirà di aumentare le possibilità di benessere all'interno del contesto e sarà realizzabile soltanto mediante il potenziamento delle competenze professionali e relazionali. Tenendo conto del processo collusivo emergente dalla relazione individuo-contesto, sarà quindi compito del ricercatore/psicologo progettare e realizzare interventi formativi per favorire la gestione di un fenomeno turistico che sappia valorizzare e rispettare il patrimonio ambientale, storico e culturale del territorio, ma anche gli interessi legittimi, le esigenze e i punti di vista dei differenti stakeholder, promuovendo l'ascolto e la negoziazione. Tali percorsi formativi saranno destinati prevalentemente ai lavoratori dell'Ente Gestore, agli operatori turistici locali ed ai responsabili delle Amministrazioni Comunali. Ciascun percorso formativo sarà elaborato *ad hoc*, in funzione della tipologia di destinatario, consentendo così un'efficace applicabilità nello svolgimento delle specifiche prassi professionali, ma favorendo comunque sempre la promozione della cooperazione e della partecipazione tra i diversi attori locali, nel raggiungimento del fine comune.

Ovviamente per poter garantire l'efficacia di tali progetti formativi sarà fondamentale, per lo psicologo/ricercatore, condurre dei colloqui di approfondimento con dei rappresentanti dei destinatari, al fine di poter venire incontro e soddisfare eventuali ed ulteriori bisogni formativi emergenti, connessi all'intervento proposto, che tuttavia non hanno trovato espressione nell'analisi condotta. Parallelamente, sarà importante progettare e condurre degli interventi che possano sensibilizzare il vasto pubblico, costituito dai residenti del luogo, e stimolare la riflessione e l'assunzione di responsabilità in materia di sviluppo sostenibile, di rispetto dell'ambiente e degli altri, nonché di valorizzazione del patrimonio ambientale, storico e culturale del territorio, per la realizzazione di un

turismo sempre più responsabile. In tal modo, le due tipologie di intervento (la formazione e la sensibilizzazione) coinvolgeranno l'intera comunità locale, costituita dalla Riserva dello Zingaro e dai Comuni circostanti, potenziando altresì il senso di appartenenza al luogo.

6. 4. L'*empowerment* di comunità

Oltre agli interventi già proposti, sarebbe auspicabile altresì attuare dei percorsi che possano coinvolgere gli abitanti e i lavoratori del posto, potenziando il loro senso di appartenenza alla comunità e al luogo, aumentandone così il senso di responsabilità nei confronti dei beni comuni (quali la Riserva dello Zingaro e il territorio circostante) e favorendo la creazione di una comune coscienza ecologica. Tali forme di intervento dovrebbero favorire la diffusione di una “cultura della sostenibilità turistica”, che sia in grado di conciliare l'innegabile vantaggio economico, derivante dal turismo sul territorio, con il rispetto e l'amore per il luogo e per gli altri, influenzando positivamente sull'attrattività del posto, anche a lungo termine. È possibile aumentare il senso di responsabilità dei singoli, in favore di una condivisione del benessere e delle opportunità di crescita che riguardi la collettività tutta, attraverso forme di intervento che possano sviluppare la motivazione della comunità locale a partecipare alla pianificazione dell'attività turistica e alla salvaguardia del territorio. Come ricordano Lavanco e Novara (2002), la partecipazione è costituita da aspetti soggetti ed oggettivi. Nella prima categoria rientrano «[...] la coscienza e la responsabilità delle azioni, la disponibilità al dialogo e al confronto con l'altro, la forza di mettersi in gioco, l'autoefficacia personale» (*ivi*, p. 165). Gli aspetti oggettivi invece sono «[...] connessi ai vincoli e alla risorse politiche, economiche, tecnologiche, culturali di una certa realtà territoriale» (*ivi*, p. 166). Come è possibile intervenire su entrambi? Mediante interventi di empowerment destinati alle popolazioni locali.

Con il termine *empowerment* si intende infatti genericamente «[...] un processo mediante il quale gli individui aumentano le possibilità di esercitare un controllo attivo sulla propria esistenza, sviluppando abilità che permettano loro di fare una lettura critica della realtà sociale e stimolando l'elaborazione e

l'assunzione di strategie opportune per il raggiungimento di obiettivi personali e sociali» (*ivi*, p. 53). Gli interventi di empowerment si propongono quindi di realizzare tre obiettivi fondamentali: a) potenziare l'autostima dei soggetti coinvolti; b) fornire gli strumenti necessari al potenziamento delle competenze richieste; c) sviluppare le capacità creative al fine di produrre cambiamento (Bruscaglioni, Capizzi, Gheno, 1996). Sono pertanto forme di intervento che danno origine ad un *processo a spirale*, creando appunto «[...] una spirale positiva tra potenziamento personale e creazione di una comunità competente che possa offrire ai membri che vi appartengono più opportunità di contare e partecipare» (Lavanco, Novara, 2002, p. 59).

La progettazione e la realizzazione di un processo di *empowerment sociale* (Zimmerman, 1999) che tenga conto delle specificità, degli effetti e delle ricadute del turismo sul territorio circostante la Riserva dello Zingaro potrà, dunque, aiutare la comunità locale ad agire direttamente nelle scelte concernenti la gestione e lo sviluppo sostenibile di tale attività, tenendo conto del rispetto e della tutela ambientale, nonché della salvaguardia del patrimonio storico-culturale.

6. 5. Altri possibili interventi

Per la promozione di un turismo responsabile presso la Riserva Naturale Orientata dello Zingaro, sarà infine importante poter coinvolgere nel processo di **informazione** e sensibilizzazione anche i turisti che sceglieranno l'area protetta come attrazione da visitare durante la propria vacanza. Fondamentale sarà dunque distribuire all'ingresso, oltre alla già prevista cartina dell'area protetta (messa a disposizione dalla Regione Siciliana), dépliant, opuscoli e brochure informativi (elaborati ad hoc sulla base dei risultati raccolti mediante la ricerca condotta sul campo e degli interventi realizzati) che possano illustrare ai visitatori, in maniera efficace, i principi del turismo responsabile, ma anche i rischi connessi ad un sfruttamento sregolato del territorio ed ad una gestione non sostenibile dello sviluppo dell'attività turistica sul luogo nel lungo periodo.

Il poter entrare in relazione ed in contatto con i potenziali visitatori, prima ancora che si siano recati sul posto, predisponendo un'interfaccia interattiva sul

sito web della Riserva, costituirà sicuramente un fondamentale vantaggio, consentendo di raggiungere un maggior numero di soggetti e potenziando la possibilità che arrivino sul posto, essendo già consapevoli, sia degli effetti indotti dalla loro presenza, sia delle specificità del territorio. L'accesso, mediante la creazione di un **portale web**, a rubriche e forum a tema, inerenti il rapporto turismo-natura e la soggettività dell'esperienza che caratterizza la relazione con l'altro e con il territorio, consentirà ai visitatori di non interrompere bruscamente il legame emozionale venutosi a creare con il luogo e con la gente del posto, durante i giorni di vacanza, rappresentando al tempo stesso, per i potenziali turisti, un'importante guida virtuale, in grado di descrivere pienamente l'unicità dell'*ambiente umano* e del territorio. Inoltre, la sensibilità dimostrata in tal modo dall'Ente Gestore nei confronti di tali tematiche inciderà positivamente sulle aspettative che i potenziali visitatori avranno sulla qualità dell'esperienza turistica di cui potranno godere una volta giunti sul posto. Nella realizzazione di tali interventi e nel coordinamento di tali attività, lo psicologo potrà favorire l'instaurarsi di una *ospitalità reciproca*, assumendo così il *ruolo di "mediatore"* tra la cultura dei residenti e quella dei turisti, preparando gli uni e gli altri alle reciproche differenze e/o affinità (Gatti, 2006).

Infine, secondo l'opinione di chi scrive, l'attenzione dimostrata nei confronti della ricerca psicosociale (e non solo per quella più prettamente naturalistico-ambientale), ma anche per gli aspetti connessi al delicato equilibrio tra sviluppo del fenomeno turistico e rispetto per l'ambiente e per le popolazioni locali, riscontrati nell'analisi dei processi collusivi condotta sul campo, costituiscono un limpido segno del fermento culturale e della funzione di rivoluzionaria innovazione, che da sempre ha caratterizzato la Riserva dello Zingaro in Sicilia, sin dai tempi della sua istituzione. L'Ente Gestore potrebbe, quindi, intraprendere due interessanti iniziative: in primo luogo, presentare la richiesta di adesione alla *Carta Europea del Turismo durevole nelle aree protette* e, in secondo luogo, creare un **circuito virtuoso** di aree protette siciliane, in grado di promuovere sul territorio la conoscenza e lo sviluppo di forme di turismo sostenibili a lungo termine, che possano fondarsi su una collaborazione e

cooperazione realmente responsabile tra tutti gli stakeholder coinvolti. Quest'ultima iniziativa potrebbe essere realizzata inizialmente coinvolgendo le altre aree protette gestite dall'Azienda Regionale Foreste Demaniali, facendo così da apripista nella realizzazione di una successiva collaborazione con gli altri enti preposti alla gestione delle numerose aree naturali protette presenti sul territorio siciliano.

Conclusioni

Augurandosi che il percorso proposto abbia destato interesse ed offerto spunti di riflessione, chi scrive desidera, infine, sottolineare che il contributo di ricerca descritto non rappresenta certamente un punto di arrivo, ma più che altro un punto di partenza, da cui si spera possa avere origine la realizzazione di ulteriori ricerche sul campo che, attraverso l'adozione del medesimo approccio a realtà contestuali diverse (prime fra tutte, le altre aree naturali protette presenti sul territorio siciliano), possa consentire di cogliere differenze e somiglianze legate all'unicità del contesto. Quali simbolizzazioni affettive caratterizzano le aree naturali protette di più recente istituzione? Quale processo collusivo è possibile rintracciare in luoghi protetti che sono diventati tali per effetto della mera applicazione territoriale di leggi regionali e nazionali, emanate in materia di salvaguardia ambientale, piuttosto che dall'interesse e dal coinvolgimento dell'opinione pubblica, espressione di una sensibilità ecologica già esistente? Quali sono le dinamiche emozionali che minacciano un'armonica convivenza e la collaborazione tra stakeholder nella realizzazione sul territorio di forme di turismo sostenibili a lungo termine? Questi sono solo alcuni degli interrogativi che affollano la mente di scrive, che per trovare risposta richiedono ulteriori ricerche sul campo, ma anche il confronto e la collaborazioni di esponenti di altri saperi, al fine di cogliere le molteplici sfaccettature che caratterizzano il fenomeno turistico. Coloro i quali si occupano di ricerca nell'ambito delle scienze del turismo o lavorano a vario titolo nel settore turistico non dovrebbero mai dimenticare la complessità intrinseca a tale fenomeno e collaborare tra loro, favorendo in tal modo la comprensione e l'assunzione di responsabilità che solo possono garantire la diffusione di un turismo responsabile, in grado di continuare nel lungo periodo, salvaguardando accuratamente i presupposti della propria ragion d'essere.

La scelta di porre le aree naturale protette al centro dell'interesse del lavoro presentato nasce proprio dall'idea che sia impossibile pensare ad un turismo che possa essere definito realmente responsabile, in assenza di un atteggiamento di tutela e salvaguardia nei confronti dell'ambiente. La promozione e il

potenziamento di tale atteggiamento costituisce, nel caso dei luoghi protetti, una vera e propria *mission aziendale*, affidata all'ente preposto alla gestione del territorio ed ai suoi lavoratori, che in qualità di stakeholder privilegiati possono svolgere una funzione fondamentale di coordinamento nei confronti degli altri attori sociali. Analizzare le simbolizzazioni affettive condivise tra coloro i quali nell'area protetta riconoscono un proprio legittimo interesse, costituisce pertanto un passo fondamentale per poter garantire che ogni esigenza o necessità trovi voce e venga ascoltata, favorendo in tal modo un'autentica collaborazione tra le parti.

Parallelamente al lavoro empirico di ricerca sul territorio è altresì importante fare in modo che i risultati raggiunti non rimangano delle mere teorizzazioni prive di qualsiasi forma di utilità, ma di contro, proporre la loro ricaduta operativa attraverso la realizzazioni di interventi in grado di accrescere la *competenza a convivere* e a trattare l'*estraneità* nella relazione con il contesto dei soggetti coinvolti ed offrendo altresì agli addetti ai lavori delle linee guida, degli strumenti che possano aiutarli nell'espletamento quotidiano della propria professione, costituendo un patrimonio condiviso posto al servizio del comune benessere.

Riferimenti bibliografici

Abrams, D. & Hogg, M. A. (Eds) (1990). *Social Identity Theory: Constructive and Critical Advances*. London: Harvester Wheatsheaf.

Akis, S., Peristianis, N., & Warner, J. (1996). Residents' attitudes to tourism development: the case of Cyprus. *Tourism Management*, 17 (7), 481-494.

Allen, L. R., Long, P. T., Perdue, R. R., & Kieselbach, S. (1988). The impact of tourism development on residents' perceptions of community life. *Journal of Travel Research*, 27 (1), 16-21.

Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., & Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32 (4), 1056-1076.

Andereck, K. L., & Vogt, C. A. (2000). The relationship between residents' attitudes toward tourism and tourism development options. *Journal of Travel Research*, 39, 27-36.

Andriotis, K. (2005). Community groups' perceptions of the preferences for tourism development: evidence from Crete. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 29 (1), 67-90.

Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 19, 665-690.

Barus-Michel, J., Enriquez, E. & Lévy, A. (2002). *Vocabulaire de psychosociologie: References et positions*. Paris: Erès. (trad.it. Dizionario di psicopsicologia. Raffaello Cortina, Milano, 2005).

Besculides, A., Lee, M. L., & McCormick, P. J. (2002). Residents' perceptions of cultural benefits of tourism. *Annals of Tourism Research*, 29 (2), 303-319.

Breakwell, G. M. (1992). *The Social Psychology of Identity and the Self Concept*. London: Academic Press/Surrey University Press.

Brunt, P., & Courtney, P. (1999). Host perceptions of sociocultural impacts. *Annals of Tourism Research*, 26 (3), 493-515.

Bruscaglioni, M., Capizzi, M., & Gheno, S. (1996). Orientamenti operativi per la consulenza al self-empowerment. In C. Arcidiacono, B. Gelli, A. Putton (Eds.). *Empowerment sociale*. Milano: Franco Angeli.

Buckley, R. C. (2003). Ecological indicators of tourist impacts in parks. *Journal of Ecotourism*, 2, 54-66.

Butler, R. W. (1999). Sustainable tourism: A state-of-art review. *Tourism Geographies*, 1, 1, 7-25.

Byrd, E. T., Bosley, H. E. & Dronberger, M. G. (2009). Comparisons of stakeholder perceptions of tourism impacts in rural eastern North Carolina. *Tourism Management*, 30, 693-703.

Canestrini, D. (2001). *Andare a quel paese: Vademecum del turista responsabile*. Milano: Feltrinelli.

Canzoneri, R. (Ed.) (1991). *Lo Zingaro*. Palermo: Arbor Editore.

Carli, R. (1993). *L'analisi della domanda in psicologia clinica*. Milano: Giuffrè.

Carli, R., & Paniccia, R. M. (1981) *Psicosociologia delle organizzazioni e delle*

istituzioni. Bologna: Il Mulino.

Carli, R., & Paniccchia, R. M. (1993) Percorsi per la definizione del prodotto in psicologia clinica. *Rivista di Psicologia Clinica*, 7, 21-45.

Carli, R., & Paniccchia, R. M. (1999). *Psicologia della formazione*. Bologna: Il Mulino.

Carli, R., & Paniccchia, R. M. (2002). *L'Analisi Emozionale del Testo: uno strumento psicologico per leggere testi e discorsi*. Milano: Franco Angeli.

Carli, R., & Paniccchia, R. M. (2003). *Analisi della domanda: Teoria e tecnica dell'intervento in psicologia clinica*. Bologna: Il Mulino.

Clarkson, J., Getz, D., & Ali-Knight, J. (2001). The environmental attitudes and practices of family business in the rural tourism and hospitality sectors. *Journal of Sustainable Tourism*, 9 (4), 281-297.

Cottrell, S., van der Duim, R., Ankersmid, P., & Kelder, L. (2004). Measuring the sustainability of tourism in Manuel Antonio and Texel. *Journal of Sustainable Tourism*, 12 (5), 409-431.

De Lopez, T. T. (2001). Stakeholder management for conservation projects: a case study of Ream National Park, Cambodia. *Environmental Management*, 28 (1), 47-60.

De Rosa, A. S. (1995). Psicologia del turismo: per una psicologia sociale dell'ambiente applicata. In B. Zani (Ed.), *Le dimensioni della psicologia sociale: temi di ricerca ed aree di intervento* (pp. 153-197). Roma: NIS.

Doise, W., Lorenzi-Cioldi, F. (1991). L'identité comme représentation sociale. In

V. Aebischer, J. P. Deconchy, E. M. Lipiansky (Eds.), *Idéologies et représentations sociales*. Fribourg: Delval.

Donaldson, T. & Preston, L. E. (1995). The stakeholder theory of the corporation: concepts, evidence and implications. *The Academy of Management Review*, 20 (1), 65-91.

Eagles, P. (2001). *International Trends in Park Tourism*. Paper for Federation of Nature and National Parks of Europe.

Fredline, E., & Faulkner, B. (2000). Host community reactions: a cluster analysis. *Annals of Tourism Research*, 27 (3), 763-784.

Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman.

Fried, M. (1963). Grieving for a lost home. In L. J. Duhl (Ed.), *The urban condition*. New York: Basic Books.

Fried, M. (2000). Continuities and discontinuities of place. *Journal of Environmental Psychology*, 20, 193-205.

Gatti, F. (2006). Forme di turismo postmoderno. In F. Gatti & F. R. Puggelli (Eds). *Nuove frontiere del turismo: Postmodernismo, psicologia ambientale e nuove tecnologie* (1-17). Milano: Ulrico Hoepli Editore.

Gergen, K. J., Davis, K. E. (1985). *The Social Construction of the Person*. New York: Springer-Verlag.

Giuliano, M. V. (2004). Teoria dell'attaccamento e attaccamento ai luoghi. In M. Bonnes, M. Bonaiuto & T. Lee (Eds.), *Teorie in pratica per la psicologia*

ambientale. Milano: Raffaello Cortina.

Giust-Desprairies, F., Lévy, A. (2002). Analisi del discorso. In J. Barus-Michel, E. Enriquez, A. Lévy, (Eds) (trad.it. *Dizionario di psicosociologia*. Raffaello Cortina, Milano, 2005, pp. 295-397).

Greenwald, A. G., Pratkanis, A. R. (1984). The Self. In R. S. Wyer, T. K. Srull (Eds.), *Handbook of Social Cognitions*, 3, Hillsdale, Erlbaum (New Jersey).

Gursoy, D., Jurowski, C., & Uysal, M. (2002). Resident attitudes: a structural modeling approach. *Annals of Tourism Research*, 29 (1), 79-105.

Hackel, J. D. (1999). Community conservation and the future of Africa's wildlife. *Conservation Biology*, 13 (4), 726-734.

Hardy, A. L., & Beeton, R. J. S. (2001). Sustainable tourism or maintainable tourism: managing resources for more than average outcomes. *Journal of Sustainable Tourism*, 9 (3), 168-192.

Hernández, B., Hidalgo, M. C., Salazar-Laplace M. E. & Hess S.(2007). Place Attachment and place identity in natives and non-natives. *Journal of Enviromental Psychology*, 27, 310-319.

Hormuth, S. E. (1990). *The Ecology of Self*. Cambridge: Cambridge University Press.

Howard, J., Callero, P. (Eds) (1991). *The Self-Society Dynamic: Cognition, Emotion, and Action*, Cambridge: Cambridge University Press.

Hunt, L., & Haider, W. (2001). Fair and effective decision making in forest management planning. *Society of Natural Resources*, 14, 873-887.

Hirsch, (1976). *Social Limits to Growth*. London: The 20th Century Foundation.

Inskeep, E. (1991). *Tourism planning: An integrated and sustainable development approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.

International Union for the Conservation of Nature and Natural Resources. (1980). *World Conservation Strategy*, Gland, Switzerland: International Union for the Conservation of Nature and Natural Resources.

Kavallinis, I., & Pizam, A. (1994). The environmental impact of tourism: whose responsibility is it anyway? The case study of Mykonos. *Journal of Travel Research*, 33 (2), 26-32.

Lancia, F. (2004) *Strumenti per l'analisi dei testi. Introduzione all'uso di T-LAB*. Milano: Franco Angeli.

Lai, P.-H., Nepal, S. K. (2006). Local perspectives of ecotourism development in Tawushan Nature Reserve, Taiwan. *Tourism Management*, 27, 1117-1129.

Lankford, S. V. (1994). Attitudes and perceptions toward tourism and rural regional development. *Journal of Travel Research*, 32 (3), 35-43.

Lavanco, G., & Novara, C. (2002). *Elementi di Psicologia di Comunità*. Milano: McGraw-Hill.

Liu, Z. (2003). Sustainable tourism development: a critique. *Journal of Sustainable Tourism*, 11, 6, 459-475.

Long, P. T., Perdue, R. R., & Allen, L. (1990). Rural resident tourism perceptions and attitudes by community level of tourism. *Journal of Travel Research*, 28 (3), 3-9.

- Maeran, R. (2009). Turismo sostenibile e responsabile: valori e rappresentazioni sociali. *Turismo e Psicologia*, 2, 157-167.
- Markwick, M. C. (2000). Golf tourism development , stakeholders, differing discourses and alternative agendas: the case of Malta. *Tourism Management*, 21, 515-524.
- McCool, S. F., Moisey, R. N., & Nickerson, N. P. (2001). What Should Tourism Sustain? The Disconnect with Industry Perception of Useful Indicators. *Journal of Travel Research*, 40, 124-131.
- McGehee, N. G., Meng, F., & Tepanon, Y. (2006). Understanding legislators and their perceptions of the tourism industry: the case of North Carolina, USA, 1990 and 2003. *Tourism Management*, 27, 684-694.
- Mehta, J., & Heinen, J. (2001). Does community-based conservation shape favorable attitudes among locals? An empirical study from Nepal. *Environmental Management*, 28, 165-177.
- Montesarchio, G., & Ponzio, G. (1998). Il Colloquio con organizzazioni produttive. Per una Teoria della tecnica dell'intervento. In G. Montesarchio (Eds.) *Colloquio da manuale*. Milano: Giuffrè.
- Moscovici, S. (1961). *La psychanalyse, son image et son public*. Paris: PUF.
- Moscovici, S. (1988). Notes toward a Description of Social Representations. *European Journal of Social Psychology*, 18, 211-250.
- Moscovici, S. (1989). Des représentations collectives aux représentations sociales. In D. Jodelet (Ed.), *Les Représentations sociales* (pp. 62-84). Paris: PUF.

Moscovici, S. (1991). La fin des représentations sociales. In V. Aebischer, J. P. Deconchy, R. Lipiansky, *Idéologies et représentations sociales* (pp. 65-84). Fribourg: Del Val.

Moscovici, S. (1992). The Psychology of Scientific Myths. In M. von Cranach, W. Doise, G. Mugny (Eds.), *Social Representations and the Social Bases of Knowledge* (pp. 3-9). Lewiston (New York): Hogrofe and Huber Publishers.

Murphy, P. E. (1983). Perceptions and attitudes of decision making groups in tourism centers. *Journal of Travel Research*, 21 (3), 8-12.

Nepal, S. K. (2002). Involving indigenous peoples in protected area management: Comparative perspectives from Nepal, Thailand, and China. *Environmental Management*, 30 (6), 748-763.

Nepal, S. K., & Weber, K. E. (1995). Managing resources and resolving conflicts- National parks and local people. *International Journal of Sustainable Development and World Ecology*, 2, 11-25.

Neisser, U. (1988). Five Kinds of Self Knowledge. *Philosophical Psychology*, I, 35-59.

Newmark, W. D., & Hough, J. L. (2000). Conserving wildlife in Africa: Integrated conservation development projects and beyond. *BioScience*, 50 (7), 585-592.

Nocifora, E. (2003). Turismo, ambiente e risorse naturali, in O. Pieroni, T. Romita T. (Eds), *Viaggiare, conoscere e rispettare l'ambiente*, Catanzaro: Rubettino.

Palmer, C. (1999). Tourism and the Symbols of Identity. *Tourism Management*, 20, 313-321.

Perdue, R., Long, P., & Allen, L. (1990). Resident support for sustainable tourism development. *Annals of Tourism Research*, 17, 586-599.

Piolat, M., Hurtig, M. C., Pichevin, M. F. (Eds.) (1992). *Le soi. Recherches dans le champ de la cognition sociale*. Neuchâtel: Delachaux et Niestlé.

Pizam, A. (1978). Tourism's impacts: The social costs to the destination community as perceived by its residents. *Journal of Travel Research*, 16 (4), 8-12.

Pizam, A., Uriely, N., & Reichel, A. (2000). The intensity of tourist-host social relationship and its effects on satisfaction and change of attitudes: the case of working tourist in Israel. *Tourism Management*, 21 (4), 395-406.

Pollice, F. & Spagnuolo, F. (2009). Attrattività e sostenibilità: una lettura congiunta per lo sviluppo turistico locale. *Turismo e Psicologia*, 2, 57-79.

Poria, Y., Biran A., & Reichel, A. (2006). Tourist perceptions: personal vs. Non personal. *Journal of Heritage Tourism*, 1 (2), 121-132.

Proshansky, H. M. (1978). The City and the Self-identity. *Environmental and Behavior*, 10, 147-169.

Proshansky, H. M, Fabian, A. K. (1986). Psychological Aspects of the Quality of Urban Life. In D. Frick (Ed.), *The Quality of Urban Life*. Berlin: de Gruyter.

Proshansky, H. M, Fabian, A. K., & Kaminoff R. (1983). Place-Identity: Physical World Socialization of the Self. *Journal of Environmental Psychology*, 3, 57-83.

Proshansky, H. M. & Kaminoff R. (1982). The Built Environmental of the Young Adult. In S. Messick (Ed.), *Development in Young Adulthood. Characteristics and*

Competencies in Education, Work and Social Life. San Francisco: Jossey-Bass.

Puczko, L., & Ratz, T. (2000). Tourist and resident perceptions of the physical impacts of tourism at Lake Balaton, Hungary: issues for sustainable tourism management. *Journal of Sustainable Tourism*, 8 (6), 458-477.

Ragone, G. (1988). Economia posizionale e modelli di turismo-vacanza. *Sociologia urbana e rurale*, 26.

Reddy, M. V. (2008). Sustainable Tourism Rapid Indicators for Less-development Islands: an Economic Perspective. *International Journal of Tourism Research*, 10, 557-576.

Reid, D. G., Mair, H., & George, W. (2004). Community tourism planning: a self-assessment instrument. *Annals of Tourism Research*, 31 (3), 623-639.

Reinius, S. W. & Fredman, P. (2007). Protected areas as attractions. *Annals of Tourism Research*, 34, 4, 839-854.

Savoja, L. (2009). La Stakeholder Responsibility nel turismo. I turisti oltre il confine della sostenibilità. *Notizie di Politeia*, XXV (93), 239-246.

Serino, C. (2009). La Diversità come risorsa: il turismo come valorizzazione delle specificità culturali e come fonte di benessere psico-sociale. *Turismo e Psicologia*, 2, pp. 377-391.

Rosenbergh, S. (1987). Self and Other: Studies in Social Personality and Autobiography. In L. Berkowitz (Ed.) *Advances in Experimental Social Psychology*. New York: Academic Press.

Taifel, H. (1981). *Human Group and Social Categories*. Cambridge: Cambridge

University Press.

Tessaro, M. (2006). Problematiche di sostenibilità turistica nelle aree naturali protette: spunti per la gestione del processo. In R. Maeran (Ed.), *Ricerche di psicologia del turismo* (pp. 91-113). Bologna: Pàtron Editore.

Tosun, C. (2002). Host perceptions of impacts: a comparative study. *Annals of Tourism Research*, 29 (1), 231-235.

Turner, J. C. (1987). *Rediscovering the Social Group: A Self-Categorization Theory*. Oxford/New York: Blackwell.

Van Winkle, C. M., MacKay, K. L. (2008). Self-serving Bias in Visitors' Perceptions of the Impacts of Tourism. *Journal of Leisure Research*, 4 (1), 69-89.

Weaver, D. B., & Lawton, L. J. (2004). Visitor attitudes toward tourism development and product integration in an Australian urban-rural fringe. *Journal of Travel Research*, 42, 286-296.

Wells, M. P., & Brandon, K. E. (1993). The principles and practise of buffer zones and local participation in biodiversity conservation. *Ambio*, 22 (2-3), 157-162.

Wickens, E. (2004). Repeat visitor – host encounters: a case study from Greece. *Tourism*, 52 (2), 143-150.

World Commission on Environment and Development. (1987). *Our Common Future*. Oxford: Oxford University Press.

Yardley, K., Honess, T. (1987). *Self and Identity*. England: Wiley and Sons.

Yuksel, F., Bramwell, B., & Yuksel, A. (1999). Stakeholder interviews and tourism

planning at Pamukkale, Turkey. *Tourism Management*, 20, 351-360.

Zavalloni, M. (1983). Ego-ecology: The Study of the Interaction between Social and Personal Identity. In J. Widding (Eds.), *Identity: Personal and Sociocultural* (pp. 205-231). Humanities, Atlantic City Press.

Zimmerman, M. A. (1999). Empowerment e partecipazione della comunità. *Psicologia di Comunità*, 1-2, 3-14.

Appendice A

A. 1. La Carta Europea del Turismo durevole nelle Aree Protette

Testo Ufficiale

Introduzione

La Carta Europea del Turismo durevole* rientra nelle priorità mondiali ed europee espresse dalle raccomandazioni dell'Agenda 21, adottate durante il Summit della Terra a Rio nel 1992 e dal 5° programma comunitario di azioni per lo sviluppo durevole.

Questa Carta è stata elaborata da un gruppo formato da rappresentanti europei delle aree protette, del settore turistico e dei loro partner. È il risultato di una prima riflessione, avviata nel 1991 dalla Federazione Europarc, che ha portato alla pubblicazione del rapporto.

Fa parte delle priorità del programma di azioni "Parks for life" dell'Unione Mondiale per la Natura (UICN). Si conforma ai principi enunciati dalla Carta mondiale del turismo durevole, elaborata a Lanzarote nel 1995.

APPLICARE IL CONCETTO DI TURISMO DUREVOLE

Questa Carta favorisce la concreta applicazione del concetto di sviluppo durevole, cioè "uno sviluppo capace di rispondere ai bisogni delle generazioni attuali, senza compromettere la capacità delle generazioni future di rispondere ai propri". Questo sviluppo comporta la protezione delle risorse a favore delle generazioni future, uno sviluppo economico vitale, uno sviluppo sociale equo.

• L'aggettivo *durevole* può considerarsi corrispondente al termine *sostenibile*, acquisito nel linguaggio tecnico italiano.

La carta

PROMUOVERE UN TURISMO CONFORME AI PRINCIPI DELLO SVILUPPO DUREVOLE

La Carta europea del turismo durevole manifesta la volontà delle istituzioni che gestiscono le aree protette e dei professionisti del turismo di favorire un turismo conforme ai principi dello sviluppo durevole. La Carta impegna i firmatari ad attuare una strategia a livello locale in favore di un "turismo durevole", definita come "qualsiasi forma di sviluppo, pianificazione o attività turistica che rispetti e preservi nel lungo periodo le risorse naturali, culturali e sociali e contribuisca in modo equo e positivo allo sviluppo economico e alla piena realizzazione delle persone che vivono, lavorano o soggiornano nelle aree protette". L'attuazione di un turismo così concepito necessita di una riflessione globale, concertata, e di un rafforzamento di tutte le interazioni positive fra l'attività turistica e gli altri settori del territorio. Il turismo durevole, insomma, ha l'ambizione di rispondere alle aspettative delle nuove clientele europee, restituendo un senso al viaggio: quello di dedicare del tempo alla scoperta e all'incontro di altre persone, di altri luoghi, e

di trarre ricchezza da questo contatto, dando un po' di sé.

AIUTARE LE AREE PROTETTE E I LORO PARTNER A DEFINIRE IL PROPRIO PROGRAMMA DI SVILUPPO TURISTICO DUREVOLE

L'adesione alla Carta deve condurre alla definizione di una strategia pluriennale di sviluppo turistico durevole e di un programma di attività contrattuali a favore e mediante il territorio e le imprese firmatarie. Alcuni documenti metodologici aiutano i firmatari ad applicare concretamente i principi dello sviluppo durevole.

LA SCELTA DI UN APPROCCIO STRATEGICO

Aderire alla Carta significa rispettare l'approccio strategico dello sviluppo turistico durevole.

Significa realizzare una diagnosi, consultare e coinvolgere i partner, stabilire gli obiettivi strategici, assegnare i mezzi necessari, realizzare un programma di azioni e valutare i risultati.

Per l'area protetta, tutto ciò si traduce nella realizzazione di una diagnosi dei bisogni del territorio (problemi e opportunità) elaborata e accettata dai partner. Questo approccio ha lo scopo di definire l'orientamento turistico più adeguato per il territorio nel suo insieme.

Per l'impresa turistica, la diagnosi verte sulla sua attività, nel senso che essa deve adeguare la propria offerta alle aspettative dei visitatori e mettere in atto misure per la valorizzazione del patrimonio locale, così come tenere conto dell'ambiente e dello sviluppo durevole nella gestione dell'impresa.

Per l'organizzatore di viaggi, un tale approccio si traduce nell'analisi della compatibilità della propria offerta con gli obiettivi del territorio. Il flusso turistico che una tale attività induce non deve arrecare danno alle risorse patrimoniali, quindi turistiche della destinazione.

L'IMPEGNO AD ADOTTARE L'ETICA DEL TURISMO DUREVOLE

I firmatari della Carta aderiscono all'etica del turismo durevole. Si impegnano ad operare affinché il turismo contribuisca nel modo migliore alla difesa e alla valorizzazione del patrimonio. Si impegnano ad adottare un'etica commerciale, tutelando cioè il cliente e praticando una politica dei prezzi equa. L'etica sarà anche presente nell'accoglienza di ogni tipo di pubblico, favorendo l'accesso delle aree protette in particolare alle scolaresche, ai giovani, agli anziani o ai portatori di handicap.

LA VOLONTÀ DI PRIVILEGIARE IL LAVORO DI PARTENARIATO

Aderire alla Carta del turismo durevole significa adottare un metodo di lavoro fondato sul principio del partenariato, che si esprime in tutte le fasi di definizione e di attuazione del programma di sviluppo turistico durevole. Esso si traduce in un'attività contrattuale e in una cooperazione intensa e leale tra l'istituzione che gestisce l'area protetta, gli operatori turistici, gli organizzatori di viaggi e gli altri protagonisti locali. La Carta costituisce lo strumento per attivare questo partenariato. Essa consente di organizzare la ripartizione delle responsabilità, in quanto definisce l'impegno individuale e collettivo:

- **dell'area protetta**, stimolando l'adesione dell'autorità incaricata di animare il progetto territoriale di un'area protetta riconosciuta ufficialmente. La strategia proposta dall'area protetta, nel quadro della Carta, deve essere necessariamente definita e attuata in partenariato con i rappresentanti del settore turistico, degli altri settori economici e gli abitanti del territorio, così come con le autorità locali. Questa strategia si completa mediante gli accordi firmati con i partner locali nel quadro del programma di sviluppo turistico durevole.

- **dell'impresa turistica** situata nell'area protetta, stimolando l'adesione dell'imprenditore, il quale si impegna nella riflessione e nell'applicazione dei principi di sviluppo turistico durevole, in partenariato con l'area protetta.

- **del tour-operator specializzato o meno in aree protette**, stimolando l'adesione del responsabile dell'impresa che, nella propria offerta, integra i principi dello sviluppo durevole. Questi si impegna a lavorare in partenariato con l'organismo che anima la strategia dell'area protetta e con gli operatori turistici locali.

IL RISPETTO DELLE REGOLE FONDAMENTALI DEL TURISMO

Tutti i firmatari della Carta si impegnano a rispettare le regole fondamentali del turismo. Per esempio:

- le regole commerciali (rispetto dei contingentamenti, degli incarichi degli intermediari),
- la competenza tecnica,
- la qualità e la rapidità dell'informazione,
- il rispetto del diritto del turismo,
- la preferenza all'iniziativa privata.

Il turismo durevole per l'area protetta

Il turismo fornisce uno strumento privilegiato per sensibilizzare il grande pubblico al rispetto dell'ambiente. Presenta, inoltre, un forte potenziale per sostenere attività economiche tradizionali e migliorare la qualità della vita. È prioritario che il turismo tuteli il patrimonio sul quale fonda la sua attività, per rispondere alla posta in gioco nelle aree protette e alle aspettative delle clientele europee.

L'area protetta, con l'adesione alla Carta, sceglie di seguire uno sviluppo turistico compatibile con i principi dello sviluppo durevole. Si impegna, in tal modo, a privilegiare la coerenza delle azioni condotte sul suo territorio e ad operare nell'ottica del lungo periodo. Privilegia l'azione concertata e la ripartizione delle responsabilità per rafforzare l'efficacia della propria missione a difesa dell'ambiente.

LA CARTA PERMETTE ALL'AREA PROTETTA FIRMATARIA:

I vantaggi per l'areaprotetta

- di distinguersi a livello europeo come territorio speciale in materia di turismo durevole;
- di porsi obiettivi ambiziosi in materia di turismo durevole;
- di lavorare meglio con i propri partner;
- di coinvolgere in misura maggiore i professionisti del turismo nella propria politica;
- di influenzare lo sviluppo del turismo sul proprio territorio;

- di rafforzare la propria attività di sensibilizzazione dei visitatori;
- di favorire sul proprio territorio uno sviluppo socio-economico nel rispetto dell'ambiente;
- di sviluppare prodotti turistici autentici, di qualità e realizzati nel rispetto dell'ambiente;
- di dotarsi di un quadro degli strumenti per seguire e valutare la politica turistica condotta sul proprio territorio;
- di dare più forza alla credibilità dei propri compiti presso l'opinione pubblica e i propri finanziatori.

GLI IMPEGNI PER L'ISTITUZIONE CHE GESTISCE L'AREA PROTETTA

I principi

– **Accettare e rispettare i principi dello sviluppo durevole enunciati nella presente Carta, adeguandoli al contesto locale.**

Gli obiettivi

– **Definire una strategia a medio termine (5 anni) a favore di uno sviluppo turistico durevole sul proprio territorio.**

Questa strategia ha l'obiettivo di migliorare la qualità dell'offerta turistica prendendo in considerazione gli obiettivi di sviluppo durevole del territorio. Essa stabilisce l'ordine delle priorità nel tempo e nello spazio, i mezzi assegnati, i compiti rispettivi e i metodi di controllo da applicare (process e indicatori): garantisce la migliore integrazione del turismo nell'ambiente naturale, culturale, economico e sociale, come la coerenza spaziale e temporale del suo sviluppo.

La strategia dovrà fissare gli obiettivi da raggiungere in materia di:

- difesa e valorizzazione del patrimonio,
- sviluppo economico e sociale,
- protezione e miglioramento della qualità della vita degli abitanti,
- controllo dell'affluenza e della tipologia di turisti e miglioramento della

qualità dell'offerta.

Per favorire l'attuazione dello sviluppo turistico durevole, l'area protetta potrà far ricorso a riunioni di consultazione pubblica: essa, infatti, costituirà un *forum* permanente composto da tutti i protagonisti coinvolti. Infine, organizzerà una rete di collegamenti fra i professionisti del turismo e gli altri protagonisti del territorio. Ciò favorirà un'integrazione più profonda del turismo nella vita del territorio e l'assunzione degli obiettivi dello sviluppo durevole da parte di tutti i protagonisti locali.

Un programma pluriennale di azioni

– **Articolare questa strategia in un programma di azioni**

Il programma illustra nel dettaglio le azioni già realizzate e quelle da realizzare per raggiungere gli obiettivi fissati dalla strategia.

Stabilisce gli impegni dei partner riguardo all'insieme dei temi seguenti:

MIGLIORAMENTO DELL'OFFERTA TURISTICA

L'area protetta, per soddisfare le aspettative delle clientele europee, svilupperà insieme ai suoi partner un programma di miglioramento della qualità dell'offerta turistica del territorio. I principi del *marketing* animeranno necessariamente un tale percorso.

Conoscenza delle clientele

Sviluppare una politica ispirata ai principi del *marketing* è egualmente necessario per conoscere meglio le aspettative e le esigenze delle potenziali clientele e dei visitatori, in materia di qualità e ambiente; ciò per consentire un migliore adeguamento dell'offerta alla domanda. I prodotti e le attività turistiche dovranno essere concepite per mercati ben determinati ed in funzione degli obiettivi di protezione.

Obiettivo Qualità

L'area protetta mirerà alla qualità in tutti i campi: le strutture di ricevimento, le attrezzature e gli impianti turistici, tutte le prestazioni, i prodotti turistici, la promozione, la commercializzazione, senza dimenticare l'assistenza dopo-vendita.

Ricerca di nuove clientele

L'area protetta cercherà nuove clientele sensibili alla qualità dell'ambiente. Peraltro, terrà conto di tipi di clientela spesso ignorati dall'offerta turistica, come ad esempio i portatori di handicap, le persone malate o in convalescenza, i giovani, e la clientela con un basso reddito. Si eviterà ogni forma di elitismo al momento dell'accoglienza dei visitatori.

CREAZIONE DI UN'OFFERTA TURISTICA SPECIFICA

L'area protetta promuoverà la creazione di prodotti e di attività turistiche che favoriscono la scoperta e l'interpretazione del patrimonio. Questi prodotti di qualità, autentici, potranno essere identificati come prestazioni specifiche "delle aree protette".

SENSIBILIZZAZIONE DEL PUBBLICO

Educazione e interpretazione

Educazione all'ambiente e interpretazione del patrimonio costituiranno una priorità nella politica turistica del territorio. In questo contesto, alcune attività e attrezzature intorno al patrimonio e all'ambiente verranno proposte ai visitatori, agli abitanti del territorio e in particolare ai giovani visitatori e al pubblico delle scuole. L'area protetta assisterà anche gli operatori turistici nell'elaborare, per le loro attività, un contenuto pedagogico.

Informazione del pubblico

Si proporrà un'informazione di qualità e di facile accesso per i visitatori e gli abitanti del territorio, in particolare sull'offerta turistica, sull'eccezionale ricchezza e la sensibilità degli ambienti naturali. Il pubblico sarà anche tenuto informato sugli obiettivi della conservazione del patrimonio e dello sviluppo durevole. Infine, l'area protetta si accerterà che gli operatori turistici siano regolarmente forniti di materiale informativo per i loro clienti (opuscoli, carte, ecc.)

Marketing e promozione responsabile

Le attività di promozione e di vendita dell'area protetta permetteranno anche di sensibilizzare i visitatori ai reali valori del territorio, così come ai principi dello sviluppo turistico durevole. Queste attività dovranno contribuire alla gestione dei visitatori nel tempo e nello spazio.

FORMAZIONE DEI PROTAGONISTI

La formazione costituirà uno strumento fondamentale per l'attuazione della

strategia di sviluppo turistico durevole sul territorio. Si organizzeranno dei programmi di formazione sul tema dello sviluppo durevole e del turismo durevole per i tecnici dell'area protetta, i partner e gli operatori turistici. L'area protetta si impegna in particolare ad organizzare dei seminari per gli operatori turistici sulla conoscenza del patrimonio locale. Questi seminari verranno concepiti sulla base dell'analisi dei bisogni del territorio riguardo alla formazione.

PROTEZIONE E MIGLIORAMENTO DELLA QUALITÀ DELLA VITA DEGLI ABITANTI

Migliorare la qualità della vita degli abitanti costituirà una priorità, allo scopo di preservare la qualità del loro rapporto con i visitatori. In questa prospettiva, l'area protetta favorirà la loro partecipazione alle decisioni, la promozione dell'occupazione locale, la promozione degli scambi e dei contatti fra visitatori e abitanti. Costituirà altresì una priorità garantire agli abitanti l'accessibilità agli alloggi, così come sostenere i servizi pubblici mediante il turismo. Peraltro, l'area protetta informerà con regolarità gli operatori turistici sulle attività e gli avvenimenti del territorio, in particolare quelli che essa organizza.

DIFESA E VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO NATURALE, CULTURALE, STORICO

Rispetto delle capacità di accoglienza dei visitatori

Saranno predisposte alcune misure specifiche per garantire la continuità dello sviluppo turistico nei limiti delle capacità di accoglienza e nei limiti delle modificazioni accettate e ragionevoli dell'ambiente naturale, culturale e sociale del territorio. L'area protetta, in particolare, dovrà fornire consigli agli operatori turistici per concepire nuove attività compatibili con gli obiettivi di protezione del patrimonio. Alcune aree, per la fragilità della loro condizione, non potranno essere aperte al pubblico.

Valorizzazione del patrimonio

Lo sviluppo turistico del territorio si fonderà sulla valorizzazione del patrimonio naturale, culturale, storico. Si predisporranno misure, attrezzature, attività per favorire l'accesso del pubblico e l'animazione intorno a questo patrimonio.

Protezione delle risorse naturali

Si predisporranno sul territorio dei programmi di gestione delle risorse idriche, delle energie e degli spazi, in partenariato con le collettività locali. Si darà priorità alla riduzione dei consumi e alla promozione delle energie convertibili e delle tecnologie innovatrici nel campo della gestione delle risorse e nel trattamento dei rifiuti. L'area protetta intraprenderà anche delle azioni per ridurre gli scarichi nell'acqua, nell'aria e nel terreno.

Contributo del turismo alla manutenzione del patrimonio

Si definiranno dei sistemi che consentano allo sviluppo turistico di contribuire alla conservazione, alla manutenzione e alla valorizzazione del patrimonio naturale, culturale, storico. Si incoraggia la predisposizione di un programma di sottoscrizione volontaria che implichi i visitatori, le imprese turistiche e gli altri partner in questo compito.

SVILUPPO ECONOMICO E SOCIALE

Sostegno all'economia locale

Le azioni intraprese dall'area protetta incoraggeranno le iniziative che associano i diversi settori dell'economia locale: in tal modo il turismo avrà un impatto positivo. A questo scopo, l'area protetta favorirà l'organizzazione di un circuito di distribuzione dei prodotti e dei servizi locali, nel rispetto della qualità dell'ambiente.

Sviluppo di nuove forme di occupazione

L'area protetta si impegnerà a promuovere nuove forme d'occupazione nel settore turistico. Favorirà la pluri-attività e l'integrazione sociale attraverso l'assunzione e la formazione principalmente di donne, di persone in difficoltà economiche, così come di portatori di handicap.

CONTROLLO DELL'AFFLUENZA E DELLA TIPOLOGIA TURISTICA

Conoscenza del flusso di visitatori

Si predisporranno alcune misure di analisi e di controllo regolare del flusso di visitatori nel tempo e nello spazio, allo scopo di adattare i metodi di gestione del flusso stesso.

Canalizzazione del flusso di visitatori

L'insediamento di attrezzature turistiche, l'organizzazione degli itinerari di scoperta del territorio, l'informazione dei visitatori contribuiranno alla canalizzazione del flusso turistico, per garantire la protezione dell'ambiente naturale, culturale e sociale e un'esperienza di qualità per i visitatori stessi. Queste misure consentiranno, allo stesso tempo, di accrescere l'impatto economico dell'attività turistica sul territorio, attenuando gli inconvenienti della "bassa" stagione.

Controllo dei trasporti

Si realizzeranno attività di promozione per incoraggiare l'utilizzo di trasporti collettivi, sia per l'accesso all'area protetta, sia per gli spostamenti entro i suoi limiti. Ridurre la circolazione di veicoli individuali costituirà una priorità, così come promuovere l'uso di biciclette e gli spostamenti a piedi.

Gestione e integrazione delle attrezzature turistiche

Il ripristino del patrimonio edificato preesistente sarà preferito alla realizzazione di nuove costruzioni. D'altro canto, si stabiliranno delle carte di impegni per garantire una creazione e una gestione appropriata delle strutture di ricezione, essendo prioritario l'utilizzo di materiali locali, così come il rispetto dei vincoli architettonici.

1. Approvare il progetto

L'area protetta sottoporrà la propria strategia di sviluppo turistico durevole e il proprio programma di azioni alla commissione europea di valutazione, la quale deciderà sulla qualità del progetto. L'area protetta verrà anche visitata da un esperto del turismo durevole, incaricato di valutare la qualità del progetto e degli impegni sul territorio.

La strategia e il programma di azioni dovranno rispondere alle esigenze stabilite dalla Carta, come pure ai bisogni del territorio, emersi al momento della diagnosi. Dovranno altresì essere presentati seguendo i modelli allegati alla Carta europea del turismo durevole nelle aree protette. Il contratto che vincola l'area protetta sarà firmato tra l'istituzione che gestisce l'area, l'autorità di tutela e la commissione europea di valutazione.

2. Valutare i risultati della strategia

L'area protetta si impegna a controllare e a valutare i risultati della propria strategia. Essa trasmetterà alla commissione europea di valutazione un rapporto sui risultati della propria strategia alla scadenza di 5 anni e sarà visitata da un esperto del turismo durevole incaricato di valutare sul territorio le realizzazioni e gli sforzi attuati per raggiungere gli obiettivi prefissati.

3. Rinnovare l'adesione alla Carta

Il procedimento per rinnovare l'adesione alla Carta è identico a quello seguito per la prima adesione.

Il turismo durevole per le imprese turistiche situate nelle aree protette

I consumatori europei sono sempre più esigenti in tema di qualità dell'ambiente, di autenticità e di convivialità. Queste aspettative diventano ancora più forti riguardo al turismo nelle aree protette. Per soddisfare questa domanda delle clientele, gli operatori turistici valutano oggi l'importanza di preservare il patrimonio naturale e culturale di questi territori come pure di garantire un'accoglienza calorosa da parte dei loro abitanti. Aderendo alla Carta europea del turismo durevole nelle aree protette, il responsabile dell'impresa si impegna a lavorare in stretto partenariato con l'istituzione che gestisce l'area protetta e a mettere in atto tutto quanto necessario per ridurre l'impatto della propria attività sull'ambiente naturale. Sceglie altresì di svolgere la propria attività in modo tale che essa contribuisca per il meglio allo sviluppo economico e sociale del territorio come pure al miglioramento del contesto di vita.

LA CARTA PERMETTE ALL'IMPRESA FIRMATARIA:

Quali benefici per l'impresa turistica?

- di distinguersi a livello europeo
- di sviluppare nuove opportunità commerciali attraverso:
 - la focalizzazione di una nuova clientela, attratta dalle aree protette,
 - una nuova offerta imperniata sulla scoperta dell'ambiente,
 - la creazione di un'offerta fuori-stagione,
- la predisposizione di un partenariato commerciale con gli altri protagonisti economici della regione, una buona conoscenza dell'affluenza e della tipologia turistica nell'area protetta e delle aspettative della clientela attuale o futura. (Questo riunendo e valutando i dati statistici)
- di rafforzare la qualità della propria offerta turistica attraverso:
 - una migliore organizzazione del turismo sull'intero territorio,
 - un'informazione di qualità sull'area protetta.
- di razionalizzare le proprie spese attraverso:
 - una gestione migliore dei consumi d'acqua, di energia e di spazi e l'acquisto di prodotti e di servizi da aree di prossimità,

- alcuni strumenti e consigli per l'adozione di tecniche di gestione ambientale.

L'IMPEGNO PER IL RESPONSABILE DELL'IMPRESA TURISTICA

I principi

- **Accettare e rispettare i principi dello sviluppo durevole enunciati nella presente Carta, adeguandoli alla propria attività.**

Un metodo

- **Definire una strategia a medio termine (3 anni) in stretto partenariato con l'istituzione che gestisce l'area protetta per contribuire a uno sviluppo turistico durevole sul territorio.**

L'impresa elaborerà una diagnosi delle proprie attività nell'area protetta, in modo da poter definire o rivedere la propria strategia. Quest'ultima dovrà essere coerente con gli obiettivi dell'area protetta. Questa strategia valorizza l'impegno dell'impresa a contribuire al rispetto dell'ambiente, allo sviluppo economico e sociale del territorio, alla protezione della qualità della vita, alla soddisfazione dei visitatori. Allo scopo di favorire l'attuazione dello sviluppo turistico durevole, l'impresa turistica rafforzerà la sua collaborazione con gli altri protagonisti locali (i rappresentanti di altri settori economici, le autorità locali, così come gli abitanti). L'impresa si assocerà in particolare con le altre imprese turistiche che aderiscono alla Carta, per attuare delle operazioni di promozione comune o per rendere agevole l'accesso all'informazione dei clienti.

Questa strategia costituirà una forma di promozione della propria offerta.

Un programma pluriennale di azioni

- **Articolare questa strategia in un programma di azioni**
- Il programma di azioni relativo all'impresa firmataria illustrerà nel dettaglio le misure predisposte o da realizzare sui temi seguenti:

MIGLIORAMENTO DELLA QUALITÀ DELL'OFFERTA TURISTICA

L'impresa turistica, per soddisfare le aspettative delle clientele europee, procederà verso il miglioramento della qualità della propria offerta. I principi del *marketing* animeranno necessariamente un tale percorso.

Conoscenza delle clientele

L'impresa condurrà una politica ispirata ai principi del *marketing* per conoscere meglio le aspettative e le esigenze delle clientele attuali e di quelle potenziali e adeguare la propria offerta a questa domanda.. Agirà in collaborazione con l'area protetta per lo studio delle clientele della destinazione. I prodotti e le attività turistiche dell'impresa dovranno essere concepite per mercati ben determinati ed in funzione degli obiettivi di protezione dell'ambiente.

Obiettivo Qualità

L'impresa si impegna ad accrescere il livello di qualità in tutti i settori della propria attività: le strutture di ricezione, i servizi, le attrezzature e gli impianti, i prodotti, la promozione, la commercializzazione, senza dimenticare l'assistenza dopo-vendita.

Ricerca di nuove clientele

L'impresa turistica cercherà nuove clientele sensibili alla qualità dell'ambiente. Essa si sforzerà di prendere in considerazione tipi di clientela spesso ignorati

dall'offerta turistica, come ad esempio i portatori di handicap, le persone malate o in convalescenza, i giovani, e la clientela con un basso reddito. Si eviterà ogni forma di elitismo nella selezione della clientela.

CREAZIONE DI UN'OFFERTA TURISTICA SPECIFICA

L'impresa turistica promuoverà un'offerta turistica specifica "delle aree protette". Quest'ultima sarà orientata verso la scoperta e l'apprezzamento del patrimonio naturale e culturale, la presa di coscienza dell'ambiente e la comprensione del ruolo dell'area protetta.

SENSIBILIZZAZIONE DEL PUBBLICO

Educazione e interpretazione del patrimonio

L'impresa turistica darà a tutte le proprie attività un contenuto pedagogico, che avrà lo scopo di far comprendere e apprezzare il patrimonio naturale e culturale locale, di spiegare il comportamento da assumere e di spingere i clienti a modificare le loro abitudini nel rispetto dell'ambiente. Questo contenuto sarà elaborato con l'aiuto dell'autorità che gestisce l'area protetta.

Informazione dei visitatori

Sarà disponibile per i clienti, in un luogo di facile accesso nell'impresa, un'informazione di qualità sull'area protetta (carte geografiche, guide turistiche, ecc.). I clienti saranno informati anche sugli obiettivi della conservazione del patrimonio e dello sviluppo durevole.

Marketing e promozione responsabile

Le attività di promozione e di vendita dell'impresa turistica permetteranno di sensibilizzare i visitatori ai reali valori dell'area protetta. Tutti i documenti di promozione e di comunicazione dovranno dare rilievo in modo particolare alla fragilità del territorio. Dovranno, peraltro, segnalare l'adesione dell'impresa alla presente Carta.

FORMAZIONE DEL PERSONALE

La formazione del personale costituirà uno strumento fondamentale per la realizzazione degli impegni assunti dall'impresa. Il responsabile dell'impresa si impegna a partecipare personalmente o a far partecipare il personale ai seminari sul patrimonio locale organizzati dall'area protetta. Ciò contribuirà a migliorare la qualità dell'informazione per i clienti. Peraltro, il personale verrà sensibilizzato alle misure di economia delle risorse idriche ed energetiche. Sarà anche consigliato nella selezione di prodotti preferibilmente riciclabili o il cui processo di produzione e di imballaggio sia attuato nel rispetto dell'ambiente.

PROTEZIONE E MIGLIORAMENTO DELLA QUALITÀ DI VITA DEGLI ABITANTI

Allo scopo di assicurare un'accoglienza calorosa dei propri clienti sul territorio, l'impresa si impegna a svolgere la propria attività nel massimo rispetto della qualità della vita degli abitanti. Essa sensibilizzerà i propri clienti su questo argomento. Infine, parteciperà, per quanto possibile, alle attività e agli avvenimenti della vita locale.

DIFESA E VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO

Rispetto delle capacità di accoglienza

Le attività turistiche proposte dall'impresa dovranno essere compatibili con gli obiettivi di conservazione dell'area protetta. Per far ciò, essa dovrà garantire che l'impatto di tali attività sull'ambiente sia ridotto. Dovrà tener conto della regolamentazione e delle prescrizioni specifiche dell'area protetta e ricorrere al parere dei suoi tecnici per dar vita a nuove attività.

Valorizzazione del patrimonio

L'impresa turistica parteciperà, per quanto possibile, alla valorizzazione del patrimonio naturale, culturale, storico, nell'ambiente immediatamente circostante le strutture di ricevimento o i siti su cui essa fonda la propria attività. Le attività dell'impresa, peraltro, si baseranno sulla scoperta e la comprensione di questo patrimonio.

Protezione delle risorse naturali

Sarà predisposto da parte dell'impresa un programma di gestione dei consumi d'acqua, di energia e di spazi, allo scopo di ridurre i costi e preservare le risorse naturali.

L'impresa privilegerà l'acquisto di prodotti realizzati nel rispetto dell'ambiente, per composizione e condizione (prodotti biodegradabili, riutilizzabili, riciclabili o riciclati).

A completare, sarà previsto un programma di smistamento selettivo e di trasformazione dei rifiuti, in partenariato con l'area protetta.

L'impresa turistica dovrà anche fare sì che le strutture di ricezione siano opportunamente attrezzate d'impianti che consentano la depurazione delle acque. Infine, allo scopo di ridurre i rischi di inquinamento atmosferico, il responsabile dell'impresa si assicurerà del corretto funzionamento degli impianti di condizionamento o di climatizzazione installati nelle strutture di ricezione.

Contributo dell'impresa turistica alla manutenzione del patrimonio

L'impresa dovrà contribuire alla manutenzione dei siti naturali nell'ambiente circostante le strutture di ricezione o dei siti in cui essa fonda la propria attività. Essa si impegna, in particolare, a preservare le ricchezze naturali presenti sulla sua proprietà e a seguire i consigli dell'area protetta circa la protezione della fauna e della flora. Essa assisterà, inoltre, i servizi tecnici dell'area protetta, nel loro compito di controllo costante dell'ambiente naturale, segnalando ogni cambiamento notato dal personale o dai clienti. Essa potrà anche incoraggiare i propri clienti a partecipare alle attività di volontariato organizzate dall'area protetta.

SVILUPPO ECONOMICO E SOCIALE

Sostegno all'economia locale

La politica di acquisto dell'impresa sarà ispirata al principio della preferenza per i prodotti e i servizi locali, nel quadro di un rapporto qualità/prezzo accettato dalle

parti. Questa etica commerciale contribuirà con più forza a soddisfare le aspettative e le esigenze dei visitatori. Essa avrà lo scopo di promuovere i prodotti realizzati nel rispetto dell'ambiente (prodotti dell'agricoltura biologica, attività tradizionali che non sconvolgono la qualità dei paesaggi). L'impresa turistica si impegnerà, peraltro, a rispettare i ritmi produttivi e stagionali, contribuendo così a dare maggior valore alla propria offerta presso i clienti. L'impresa si impegnerà anche ad assumere, con priorità, la manodopera locale. Un personale di origine locale è in grado di informare meglio i visitatori e condividere con essi la propria conoscenza del patrimonio locale.

Sviluppo di nuove forme d'occupazione

L'impresa turistica favorirà l'integrazione sociale, per quanto possibile, attraverso l'assunzione di persone in difficoltà, l'aiuto per il primo impiego dei giovani e la pari opportunità d'impiego per uomini e donne.

CONTROLLO DELL'AFFLUENZA E DELLA TIPOLOGIA TURISTICA

Conoscenza del flusso di visitatori

L'impresa parteciperà alle attività di analisi e di controllo costante del flusso di visitatori nel tempo e nello spazio, condotte dall'area protetta. Essa parteciperà, in particolare, alla realizzazione di "barometri" dell'attività turistica sul territorio, un'attività che le consentirà, tra l'altro, di misurare l'impatto dei propri sforzi di comunicazione e di promozione.

Canalizzazione del flusso di visitatori

L'impresa turistica si sforzerà di orientare i visitatori verso i siti meno sensibili del territorio. Indicherà gli itinerari e i sentieri turistici, favorendo una ripartizione più razionale dei visitatori nello spazio. Incoraggerà i clienti a visitare l'area anche nei periodi di scarso afflusso, aderendo così agli sforzi di promozione dell'area protetta.

Controllo dei trasporti

I clienti saranno incoraggiati ad utilizzare al massimo i trasporti collettivi o a scoprire l'area protetta in bicicletta o a piedi o mediante altri mezzi non inquinanti. Questa politica riguarderà sia l'accesso alla struttura turistica, sia gli spostamenti nell'area protetta.

Gestione e integrazione delle attrezzature turistiche

Durante i lavori di ingrandimento, di rinnovo o di sistemazione delle costruzioni, l'impresa turistica si assicurerà del rispetto delle volumetrie, dello stile architettonico locale, dei materiali e dell'integrazione con l'ambiente. Per le nuove attrezzature, si privilegerà la ristrutturazione del patrimonio edificato rispetto alla realizzazione di nuove costruzioni. In ogni caso, la sistemazione e la costruzione di nuove attrezzature dovrebbero essere il risultato di un dialogo con l'autorità responsabile dell'area.

1. Approvare la strategia e il programma di azioni

L'impresa turistica sottoporrà la strategia e il programma di azioni alla commissione europea di valutazione, la quale deciderà sulla qualità del progetto. Un esperto del turismo durevole, incaricato di valutare la qualità della sua candidatura, visiterà l'impresa. L'impresa turistica dovrà essere situata su di

un'area protetta firmataria della Carta europea del turismo durevole.

La strategia e il programma di azioni dovranno rispondere alle esigenze stabilite dalla Carta e essere coerenti con la strategia del territorio. Dovranno altresì essere presentati seguendo i modelli allegati alla Carta europea del turismo durevole nelle aree protette.

Il contratto che vincola l'impresa turistica sarà firmato tra l'impresa, l'istituzione che gestisce l'area protetta e la commissione europea di valutazione.

2. Valutare i risultati della strategia

L'impresa turistica si impegna a controllare e a valutare i risultati della propria strategia e del proprio programma di azioni per mezzo di un quadro degli strumenti annuale trasmesso all'area protetta. Si impegna a distribuire in maniera sistematica un questionario ai clienti, sulla loro soddisfazione, i cui risultati verranno inviati alla commissione europea di valutazione. Qualora la Carta non venga rispettata, la commissione europea di valutazione invierà un esperto. L'impresa si impegna a riceverlo, garantendo le migliori condizioni e facilitando il suo incarico all'interno della struttura.

3. Rinnovare l'adesione alla Carta

Il procedimento per rinnovare l'adesione alla Carta è identico a quello seguito per la prima adesione. Questa avrà scadenza triennale.

Il turismo durevole per gli organizzatori di viaggi verso e nelle aree protette

Sono sempre più numerosi gli organizzatori di viaggi che propongono degli itinerari di scoperta delle aree protette, confermando così la loro volontà di promuovere una nuova tipologia di viaggi e di scoperta degli ambienti naturali, della fauna e della flora.

Questi viaggi, espressamente limitati a gruppi di 12-15 persone, mirano in particolare a realizzare incontri di qualità con gli abitanti dei luoghi visitati. Sono il risultato degli sforzi di uomini e donne appassionati della natura, animati dal desiderio di farla scoprire e di comunicare le proprie conoscenze sul mondo delle aree protette.

Aderendo a questa Carta, il responsabile dell'impresa che organizza i viaggi si impegna ad adottare una nuova etica del turismo, contribuendo così allo sviluppo turistico durevole dei territori, che egli programma. La sua attività mirerà a soddisfare in modo migliore le richieste dei clienti, per i quali il rispetto dell'ambiente e delle culture, così come la riduzione dell'impatto delle loro attività sull'ambiente stesso rappresentano una preoccupazione crescente.

LA CARTA PERMETTE ALL'IMPRESA CHE ORGANIZZA VIAGGI:

I vantaggi per gli organizzatori di viaggi

- di distinguersi a livello europeo,
- di sviluppare nuove opportunità commerciali attraverso:
 - la focalizzazione di clientele molto sensibili al rispetto per l'ambiente,
 - un'offerta che risponda alle aspettative delle nuove clientele europee,
 - un partenariato con gli organizzatori di viaggi di altri paesi d'Europa.

- di rafforzare la qualità della propria offerta attraverso:
 - una migliore organizzazione dell'accoglienza nelle aree protette, che essa programma,
 - l'intervento di protagonisti locali, nel corso dei viaggi da essa organizzati,
 - il sostegno da parte dell'area protetta nell'elaborazione dei suoi prodotti (identificazione dei siti, disponibilità del personale dell'area protetta, aiuti nell'identificare le personalità locali disposte a intervenire durante i soggiorni).
- di rafforzare la soddisfazione dei visitatori attraverso:
 - il proprio impegno formale a favore dello sviluppo turistico durevole delle aree protette,
 - la scelta di gruppi non numerosi e di personale professionale che accompagni i gruppi stessi.

L'IMPEGNO PER L'ORGANIZZATORE DI VIAGGI

I principi

- Accettare e rispettare i principi dello sviluppo durevole enunciati nella presente Carta, adeguandoli alla propria attività.

Un metodo

- Definire una strategia (1 anno) in stretto partenariato con l'istituzione che gestisce l'area protetta.

Questa strategia rende concreto l'impegno dell'organizzatore di viaggi, nei confronti del territorio, in tema di:

- Rispetto dell'ambiente,
- Sostegno allo sviluppo economico e sociale,
- Protezione della qualità della vita,
- Soddisfazione della clientela.

Questa strategia fissa inoltre gli obiettivi principali che l'impresa deve raggiungere. Per contribuire allo sviluppo turistico durevole del territorio, l'impresa rafforzerà la sua collaborazione con gli operatori turistici locali (responsabili di hotel, agenti locali per il turismo, ristoratori, artigiani, personalità locali disponibili a intervenire nel corso dei soggiorni organizzati).

L'impresa si impegnerà anche nella vita del territorio, partecipando, per quanto possibile, alle riunioni organizzate dall'area protetta e apportando nuove idee per predisporre e controllare la strategia dello sviluppo turistico durevole.

1. Articolare questa strategia in un programma di azioni

Questo programma di azioni illustra nel dettaglio le attività realizzate o da realizzare per raggiungere gli obiettivi fissati dalla strategia. Stabilisce gli impegni dell'impresa riguardo ai temi seguenti:

MIGLIORAMENTO DELLA QUALITÀ DELL'OFFERTA

L'impresa che organizza viaggi, per soddisfare le aspettative delle clientele europee, assisterà l'area protetta nel suo obiettivo di accrescere la qualità della propria offerta, fornendo consigli e raccomandazioni. L'impresa seguirà lo stesso obiettivo in relazione alla propria offerta.

Conoscenza delle clientele

Per garantire una migliore soddisfazione dei propri clienti, l'impresa trasmetterà regolarmente all'istituzione che gestisce l'area protetta tutte le informazioni sulle loro aspettative e sui loro bisogni. Questo consentirà alla destinazione di adeguare la propria offerta alla domanda.

Obiettivo Qualità

L'offerta stessa dell'impresa dovrà fondarsi sull'obiettivo della qualità: nelle strutture di ricezione, nelle prestazioni, attrezzature e impianti prescelti, nella promozione, nella commercializzazione, così come nell'assistenza dopo-vendita. Una selezione attenta degli operatori turistici locali consentirà all'impresa di raggiungere questo obiettivo.

Ricerca di nuove clientele

L'impresa cercherà nuove clientele sensibili alla qualità dell'ambiente. Essa si sforzerà di tenere conto di tipi di clientela spesso ignorati dall'offerta turistica, come ad esempio i portatori di handicap, le persone malate o in convalescenza, i giovani, e la clientela con un basso reddito. Si eviterà ogni forma di elitismo nella selezione della clientela.

CREAZIONE DI UN'OFFERTA TURISTICA SPECIFICA

L'offerta di viaggi promossa dall'impresa dovrà favorire prioritariamente la scoperta e l'apprezzamento del patrimonio naturale e culturale, la presa di coscienza dell'ambiente e la comprensione del ruolo dell'area protetta. A questo scopo, l'impresa organizzerà l'intervento di animatori naturalisti nei propri circuiti e presenterà l'ambiente secondo un approccio sistemico, verso una comprensione del sistema ambientale o dell'habitat nel suo complesso. Gli animatori dovranno possedere un'ottima conoscenza degli ambienti e dei siti oggetto delle visite.

SENSIBILIZZAZIONE DEI VISITATORI

Educazione e interpretazione dell'ambiente

L'impresa orienterà l'insieme dei propri circuiti e soggiorni nell'area protetta verso la sensibilizzazione e l'educazione dei visitatori all'ambiente. Essa cercherà di far evolvere lo sguardo dei propri clienti sulla natura e di far conoscere meglio i luoghi visitati.

Informazione dei visitatori

Per quanto possibile, l'impresa organizzerà degli incontri di preparazione al viaggio. A questo aggiungerà anche una completa informazione sull'area protetta nei carnet di viaggio. Questo avrà lo scopo di sensibilizzare i clienti al patrimonio naturale e culturale e alle tradizioni locali che andranno a scoprire. Peraltro, un'informazione di qualità sarà fornita anche durante il viaggio dall'accompagnatore e dalle diverse persone che intervengono. I clienti saranno particolarmente informati sui comportamenti da adottare relativamente all'acquisto di souvenir e al rispetto della fauna, della flora e del contesto di vita. Saranno anche informati sugli obiettivi della conservazione del patrimonio e dello sviluppo durevole.

Marketing e promozione responsabile

Le attività di promozione e di vendita dell'impresa permetteranno di sensibilizzare i visitatori ai reali valori dell'area protetta. Ciò significherà anche fornire un'informazione responsabile sulla fauna che i visitatori andranno ad osservare. (Non garantire, ad esempio, la possibilità di osservare gli animali, bensì proporre la scoperta del loro ambiente di vita).

Tutti i documenti di promozione dovranno dare rilievo in modo particolare alla

fragilità dei territori visitati. L'opuscolo e gli altri documenti di vendita potranno contenere delle raccomandazioni ai futuri visitatori delle aree protette. Infine, l'adesione dell'impresa alla presente Carta potrà essere segnalata solo sui prodotti oggetto di un contratto con l'area protetta e con la commissione europea di valutazione.

FORMAZIONE DEL PERSONALE

La formazione costituirà uno strumento fondamentale per la realizzazione degli impegni assunti dall'impresa. Il personale dell'impresa, i lavoratori a forfait e i suoi accompagnatori verranno sensibilizzati al obiettivo dello sviluppo turistico durevole. Essi saranno tenuti ad aggiornare le proprie conoscenze sul patrimonio naturale e culturale dei territori visitati. Ciò contribuirà a migliorare l'informazione e la soddisfazione della clientela.

PROTEZIONE E MIGLIORAMENTO DELLA QUALITÀ DI VITA DEGLI ABITANTI DELL'AREA PROTETTA

Allo scopo di garantire un rapporto di qualità fra clienti ed abitanti, l'impresa si sforzerà, in ogni momento, di preservare e anche di migliorare la qualità di vita di questi ultimi. A questo titolo, verrà data priorità al rispetto del contesto di vite dei costumi locali.

Per raggiungere questo scopo, si stabilirà espressamente che la dimensione dei gruppi non deve superare le 12-15 persone. Saranno anche fornite raccomandazioni sul comportamento da assumere per non urtare la sensibilità degli abitanti. Gli accompagnatori, in particolare, avranno la responsabilità di curare questo aspetto. Infine, l'impresa si inserirà alla vita locale, partecipando in particolare alla promozione di manifestazioni culturali organizzate dagli abitanti dell'area protetta.

DIFESA E VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO

Rispetto delle capacità di accoglienza dei visitatori

Le attività proposte dall'impresa dovranno essere compatibili con gli obiettivi di conservazione dell'area protetta. Per far ciò, essa dovrà garantire che l'impatto di tali attività sull'ambiente sia ridotto. Dovrà tener conto dei regolamenti e delle prescrizioni specifiche dell'area protetta e ricorrere al parere dei suoi tecnici per dar vita a nuove attività.

Valorizzazione del patrimonio

L'impresa parteciperà, per quanto possibile, alla valorizzazione del patrimonio naturale, culturale, storico. Le sue attività saranno basate in particolare sulla scoperta e la comprensione di questo patrimonio.

Protezione delle risorse naturali

L'organizzatore di viaggi privilegerà, nella programmazione della propria attività, gli operatori turistici locali che agiscono nel rispetto dell'ambiente e che hanno

adottato una gestione a difesa dell'ambiente per ciò che concerne sia le risorse idriche, energetiche e di spazio, sia il trattamento dei rifiuti. L'impresa avrà cura di ridurre l'impatto delle proprie attività sulle risorse naturali.

Contributo dell'impresa alla manutenzione del patrimonio

L'impresa assisterà l'area protetta nel suo compito di difesa e di controllo degli ambienti naturali, comunicando ogni cambiamento segnalato dai clienti o dalle proprie guide accompagnatrici. Essa predisporrà, inoltre, un programma di reinvestimento del capitale, destinando una frazione del prezzo dei viaggi alla conservazione e alla manutenzione del patrimonio e informando di ciò i propri clienti.

SVILUPPO ECONOMICO E SOCIALE

Sostegno all'economia locale

Per sostenere l'economia locale, l'impresa promuoverà uno sviluppo turistico che costituisca il risultato dell'iniziativa locale. A questo scopo, promuoverà principalmente l'intervento operatori turistici locali nei viaggi da essa organizzati, a livello sia di accompagnamento, alloggio, ristorazione, sia di approvvigionamento.

Sviluppo di nuove forme di occupazione

L'impresa favorirà l'integrazione sociale, per quanto possibile, attraverso l'assunzione di persone in difficoltà del luogo e dei giovani e la pari opportunità d'impiego per uomini e donne.

CONTROLLO DELL'AFFLUENZA E DELLA TIPOLOGIA TURISTICA

Conoscenza del flusso di visitatori

L'impresa contribuirà al controllo regolare e alla conoscenza del flusso di visitatori, fornendo con regolarità, all'area protetta, le informazioni sugli itinerari che impegna e sui periodi per i quali programma le visite.

Canalizzazione del flusso di visitatori

L'impresa si sforzerà di orientare i propri clienti verso i siti meno sensibili del territorio.

Incoraggerà, inoltre, la scoperta dell'area protetta anche nei periodi di scarsa affluenza turistica, aderendo in tal modo agli sforzi di promozione dell'area stessa.

Controllo dei trasporti

Gli spostamenti all'interno e verso l'area protetta dovranno essere effettuati principalmente mediante i trasporti collettivi, a piedi o in bicicletta. A questo scopo, l'impresa indicherà ai clienti i trasporti collettivi esistenti per raggiungere i siti di destinazione. Si sforzerà anche di organizzare gli appuntamenti dalle stazioni o genericamente dai punti di arrivo grazie a tali mezzi di trasporto.

Peraltro, i divertimenti in macchina sono esclusi dai prodotti turistici quando sono utilizzati per il tempo libero (veicoli per il tempo libero, 4x4, ecc.).

Gestione e integrazione delle attrezzature turistiche

Allo scopo di sostenere gli sforzi miranti alla valorizzazione dell'architettura locale condotti dal territorio, l'impresa privilegerà gli alloggi caratteristici, ben integrati con l'ambiente paesaggistico.

1. Approvare l'impegno dell'impresa che organizza i viaggi

L'impresa sottoporrà la propria strategia e il proprio programma di azioni alla commissione europea di valutazione, la quale deciderà sulla qualità del progetto.

Per quanto concerne le prestazioni che si svolgono nelle aree protette cofirmatarie, l'offerta dell'impresa dovrà rispondere alle esigenze stabilite dalla Carta europea del turismo durevole. Per quanto riguarda la sua offerta globale, l'impresa dovrà agire rispettando l'etica dello sviluppo turistico durevole. Il contratto che vincola l'impresa sarà firmato con l'autorità che gestisce ogni area protetta e la commissione europea di valutazione.

2. Valutare

L'impresa si impegna a controllare e a valutare i risultati della propria strategia e del proprio programma di azioni per mezzo di un quadro di strumenti annuale trasmesso all'area protetta interessata dalle prestazioni offerte.

Si impegna a distribuire in maniera sistematica un questionario ai clienti, sulla loro soddisfazione, i cui risultati verranno inviati alla commissione europea di valutazione. Qualora la Carta non venga rispettata, la commissione europea di valutazione invierà un esperto, incaricato di testare il prodotto.

3. Rinnovare l'adesione alla Carta

Il procedimento per rinnovare l'adesione alla Carta è identico a quello seguito per la prima adesione. Questa avrà scadenza annuale.

Appendice B

B.1. Traccia dell'intervista semistrutturata ai residenti

- 1) Se dovesse descrivere la Riserva dello Zingaro in poche frasi, quali sono le principali caratteristiche che le vengono in mente?
- 2) Cosa rappresenta per lei e per la sua comunità questo luogo?
- 3) Quali sono le risorse dell'area protetta? E quali i vincoli?
- 4) Come giudica la gestione dell'area protetta da parte dell'Azienda Regionale Foreste Demaniali? Quali potrebbero essere possibili miglioramenti?
- 5) Lei crede che il territorio intorno alla Riserva dello Zingaro debba essere maggiormente meta di turismo? Motivare la risposta.
- 6) Che tipo di impatto (conseguenze) ha l'attività turistica sul territorio?
- 7) Quali sono i benefici personali e/o della comunità derivanti dal turismo su questo territorio?
- 8) Cosa significa per lei rispettare l'ambiente?
- 9) Cos'è per lei il turismo responsabile?

B.2. Traccia dell'intervista semistrutturata ai turisti

- 1) Se dovesse descrivere la Riserva dello Zingaro in poche frasi, quali sono le principali caratteristiche che le vengono in mente?
- 2) Perché ha scelto di visitare questa area naturale protetta? (Cosa rappresenta per lei?)
- 3) È soddisfatto/a della visita alla Riserva che ha appena effettuato? Motivare la risposta
- 4) Quali sono le risorse dell'area protetta? E quali i vincoli?
- 5) Come giudica la gestione dell'area protetta da parte dell'Azienda Regionale Foreste Demaniali? Quali potrebbero essere possibili miglioramenti?
- 6) Come considera l'accoglienza ricevuta dalla gente del posto?
- 7) Secondo lei quali conseguenze ha l'attività turistica sul territorio?
- 8) Cosa significa per lei rispettare l'ambiente?
- 9) Cos'è per lei il turismo responsabile?

B.3. Traccia dell'intervista semistrutturata agli operatori dell'ente gestore

- 1) Se dovesse descrivere la Riserva dello Zingaro in poche frasi, quali sono le principali caratteristiche che le vengono in mente?
- 2) Cosa rappresenta per lei e per la sua azienda questo luogo?
- 3) Quali sono le risorse dell'area protetta? E quali i vincoli?
- 4) Come giudica la gestione dell'area protetta da parte della sua Azienda? Quali potrebbero essere possibili miglioramenti?
- 5) Lei crede che il territorio intorno alla Riserva dello Zingaro debba essere maggiormente meta di turismo? Motivare la risposta.
- 6) Che tipo di impatto (conseguenze) ha l'attività turistica sul territorio?
- 7) Quali sono i benefici personali e/o della comunità derivanti dal turismo su questo territorio?
- 8) Cosa significa per lei rispettare l'ambiente?
- 9) Cos'è per lei il turismo responsabile?

Appendice C

C.1. Esempi di trascrizione dell'intervista semistrutturata ai residenti⁵⁸

C.1.1. Trascrizione intervista n° 50_290611

I-: Se lei dovesse descrivere brevemente la Riserva dello Zingaro, quali sono le principali caratteristiche che le vengono in mente?

S-: Ma io direi l'eccellenza, soprattutto. Per quanto riguarda la Riserva dello Zingaro è il fiore all'occhiello o della provincia di Trapani, o in maniera particolare della Sicilia. Io l'ho vista nascere la Riserva dello Zingaro... ho partecipato affinché diventasse riserva... quindi... ho dormito là... quindi...

I-: Ah! [sorride]

S-: Ho dormito là, perché ci credevamo per davvero a questo polmone, chiamiamolo polmone. Poi per quanto riguarda la cura della Riserva io non mi posso lamentare perché io insegno e siamo stati più volte dentro la Riserva dello Zingaro con i ragazzi. E devo dire la verità siamo stati trattati non bene, ma benissimo... anche perché ci conosciamo, poi realizzano tutto loro... la guida, soprattutto... Maria Rosa...

I-: Maria Rosa! [sorride] L'ho intervistata! [sorride]

S-: Maria Rosa è il fiore all'occhiello della Riserva!

I-: [ride]

S-: È veramente... la sta curando come se fosse una figlia... più che... che un'attività. Poi per quanto riguarda le altre cose io dico sempre che possono migliorare, lasciando sempre tutto al naturale!

I-: Ma cosa rappresenta per lei questo luogo?

S-: Un motivo di orgoglio, diciamo, di un castellammarese... anche se tutto il territorio non è castellammarese...

I-: Sì, è anche nel lato di San Vito...

S-: appunto... forse ha più territorio sanvitese...

I-: Sì, sì, sì... come territorio sì. E per Castellammare secondo lei cosa rappresenta la Riserva?

S-: Diciamo che potrebbe far parte, diciamo, del trampolino di lancio, tramite il porto, il turismo e la Riserva dello Zingaro. Anche perché tanti turisti chiedono della Riserva dello Zingaro, in maniera particolare non sono italiani, questo tengo a precisarlo perché mia moglie parla diverse lingue e vediamo che soprattutto sono i tedeschi e i francesi... e stiamo vedendo anche un po' di turismo spagnolo... per quanto riguarda la Riserva dello Zingaro. Forse dovrebbe essere... dovrebbe essere pubblicizzata a dovere, a dovere. Capisco che la situazione per ora è stretta in Italia. Devo dire la verità... per noi castellammarese è motivo di orgoglio, ma

⁵⁸ Nelle trascrizioni di interviste che seguono, con la lettera **I** è indicato l'intervistatore (cioè colei che ha progettato, curato e realizzato la ricerca empirica oggetto del presente lavoro) e con la lettera **S** il soggetto intervistato.

per gli altri che vengono si lamentano un pochetto per quanto riguarda le zecche... ma siccome è riserva naturale, orientata, non si tocca niente! E io dico che chi ci vuole andare... anzi farei pagare dieci euro, piuttosto che due euro all'ingresso... due o tre euro...

I-: Tre euro! Tre euro!

S-: perché è qualcosa di straordinario. Va curata, va curata!

I-: Quali sono le risorse dell'area naturale protetta? I punti di forza... secondo lei...

S-: Ma i punti di forza sono stati sempre il mare, anche se andrebbe curata la parte alta dove c'è il bosco, perché i turisti, diciamo, italiani ci vanno per il mare, mentre gli stranieri ci vanno soprattutto, perché è da tempo che si parla di un branco di cavalli... un branco di cavalli che sono stati messi là e sono allo stato brado... saranno forse più di venti, trenta, quelli che sono... Dovrebbero esserci più controlli, più controlli perché, dico, i cinghiali ci stanno, i conigli ci stanno, gli altri animali ci stanno... quindi... perché là ha nidificato l'aquila del Bonelli, so io... quindi, andrebbe protetta in maniera particolare, almeno nella parte alta dove è più facile il bracconaggio, ecco... e le aquile o i falchi c'è gente che li cerca. Quindi noi dobbiamo far sì che queste cose, queste realtà, perché è una realtà lo Zingaro, venga veramente curato... per potenziare un pochetto la Riserva dello Zingaro.

I-: Quali sono invece i vincoli, gli aspetti negativi della Riserva?

S-: Mah... io di aspetti negativi...

I-: I punti di debolezza...

S-: I punti deboli sono che se arriva gente con gli animali, mentre prima c'era il cosiddetto canile oggi non c'è più.

I-: Ah... non c'è più?

S-: Non c'è più... almeno che io sappia, non c'è più. E poi il parcheggio... il parcheggio andrebbe forse... eh... dice «Noi abbiamo come territorio quello, ma non possiamo...», però il parcheggio andrebbe curato e sorvegliato perché più volte la gente si è lamentata del parcheggio perché non è custodito.

I-: Come giudica la gestione dell'area protetta da parte dell'Azienda Foreste Demaniali?

S-: Direi che...

I-: È una buona gestione?

S-: Sì, una buona gestione. Non la definisco ottima, ma è una buona gestione. Almeno rispetto a prima dico che oggi è ben curata, ben curata. I servizi dovrebbero essere veramente più curati... ehm...

I-: Che tipo di servizi?

S-: Più guide, più guide... soprattutto per i gruppi turistici come i ragazzi... perché c'è gente del trapanese che non conosce la Riserva dello Zingaro. Io essendo castellammarese e trovandomi a lavorare nella provincia di Trapani (perché insegno) ... ehm... ho organizzato diverse gite proprio per il fatto della guida... che c'è la guida... e il fatto di far conoscere la Riserva dello Zingaro. Anche se la gente è preoccupata, perché ci possono vipere e via dicendo... è normale, i viali ci sono, quindi... tutto sommato non ci possiamo lamentare di questo.

I-: Quindi si dovrebbero migliorare questi servizi... Secondo lei invece il

territorio attorno alla Riserva, tra Castellammare e San Vito, dovrebbe essere maggiormente visitato dai turisti?

S-: Sì, sì, siamo l'erborio naturale, diciamo, di Segesta, quindi... andrebbe migliorato, soprattutto i servizi che qua e i collegamenti con la Riserva dello Zingaro... anche se, devo dire che la strada non è l'eccellenza... e pochissima la segnaletica. La segnaletica è molto scarsa, ma sia a Castellammare, che nella zona di Scopello... tanto è vero che la gente tante volte ha difficoltà a trovare la Riserva dello Zingaro. Quindi... negli aeroporti, fare delle cartine... anche a Castellammare, più che metterci solo Trapani, oppure Palermo...

I-: Indicare proprio la Riserva?

S-: indicare proprio la Riserva, perché è il fiore all'occhiello.

I-: Che tipo di impatto, che conseguenze ha, secondo lei, il turismo sul territorio?

S-: Ma io penso che ha una ricaduta del 15-20% su Castellammare, perché chi viene a Castellammare viene soprattutto per la Riserva dello Zingaro e viene anche per il Tempio di Segesta.

I-: E che impatto c'è secondo lei? Cosa porta il turismo?

S-: Porta poco... oggi porta pochissimo, perché con i voli questi a basso costo diciamo che tutti si possono spostare, però oltre al mangiare... per il resto c'è pochissimo... Anche se cominciamo a vedere un turismo russo... sarebbe l'eccellenza russa che viene qua nelle nostre zone. Sicuramente hanno difficoltà nel portare via quello che vorrebbero veramente...del trapanese... anche che so, portarsi il sale, per loro è... sembra una stupidaggine... portare che so, invece di un pacco di sale, dieci pacchi di sale... gli viene a costare, dieci chili di sale due euro nel trapanese, ma per portarselo nel loro paese gli costa, che so, ottanta euro... ed è impressionante. Tranne che qualche vestito, scarpe e collane d'oro per il resto... apprezzano la nostra cucina... Ecco!

I-: Quali sono i benefici personali o per Castellammare in genere che derivano dal turismo sul territorio? Cosa porta di buono?

S-: Ma di buono... io ci aggiungo quasi poco... quasi poco, perché si lamentano che il paese è una bellezza naturale, come dicono i francesi è un *bijou* Castellammare... è un *bijou* naturale. Sono stati a Taormina e considerano Castellammare più bella di Taormina, come territorio, però a livello di pulizia, ordine, traffico Castellammare ha grosse difficoltà. L'amministrazione io dico che ha fatto poco o niente. Niente completamente. Veniamo giustamente da due anni di commissariamento... tre anni di amministrazione comunale che in questa crisi nera ha fatto ben poco, anche se loro sostengono di aver fatto tanto. Io gli continuo a fare la guerra perché io vedo a livello scolastico che le strutture stanno cadendo e non si aggiustano, quindi... se non fanno niente per la scuola dove ci mettiamo i nostri figli, figuratevi per le strade che non gliene frega niente a nessuno.

I-: Cosa significa per lei rispettare l'ambiente?

S-: Rispettare l'ambiente diciamo che... è la mia vita. Quindi io dico che va non rispettata ma va curata, curata in ogni ordine e grado... quindi dal fiore davanti la porta, alla pulizia della strada, alla raccolta differenziata che oggi finalmente Castellammare ha una buona raccolta differenziata, anche se non sappiamo

effettivamente quanto ci verrà a costare nel futuro questa raccolta differenziata, perché io sostengo sempre che a Castellammare anche nella zona del Seghistiano, si potrebbero fare tranquillamente un disintegratore, un inceneritore, perché sappiamo benissimo che a Brescia, in piena città, c'è, quindi... a stu punto perché noi dobbiamo spostarci di duecento chilometri per andare a buttare la spazzatura quando lo potremmo avere a Castellammare e potremmo avere anche una ricaduta su Castellammare perché gli altri... diciamo il territorio, lato uno, dovrebbe essere Trapani, potrebbe portare la spazzatura a Castellammare, con la ricaduta sul paese a costo zero, io dico. Potremmo raccogliere la spazzatura a costo zero. Io ci credo al 90% e forse di più, al 95... però, siamo sempre là, quando ci arriveremo non lo so. Mi auguro che mia figlia un domani possa dire: ci siamo arrivati! Anche se dico sempre che io ero bambino e il porto era stato iniziato già da qualche anno... ed abbiamo il porto che non è mai stato completato! Quello è il buco nero di Castellammare. È una tristezza come castellammarese perché ci credevamo per davvero. Dicono che c'è la mafia... io non ho mai visto un mafioso a Castellammare. Non per campanilismo dico che la mafia non esiste a Castellammare, esiste bene o male la gente... o i prepotenti sono dappertutto, dappertutto... basta chiudere gli occhi e... da noi viene chiamata mafia, mentre a Parma il capitano che si vendeva tutto non è mafioso. Da noi è essere mafiosi, là non lo so... forse vuoto di scambio... forse altro ecco!

I-: L'ultima domanda: se le dico turismo responsabile cosa le viene in mente? Cos'è?

S-: Il turismo responsabile... sinceramente non so come rispondere, perché il turista tutto sommato ha cura del territorio: ti chiede dove poter buttare la carta, ti chiede il bagno pubblico... e penso che il turista è abbastanza responsabile. Siamo noi gli irresponsabili, che non offriamo niente come territorio, perché a partire dai servizi a Castellammare, siamo in piena stagione estiva tra trenta giorni, diciamo che è finita la stagione estiva, ed abbiamo poche cose da dare al turista.

C.1.2. Trascrizione intervista n° 58_010711

I-: Se lei dovesse descrivere la Riserva dello Zingaro brevemente, quali sono le caratteristiche che le vengono in mente?

S-: La Riserva dello Zingaro prevalentemente non è solo una zona che ci porta lavoro ma è... un'oasi, un'oasi. Una zona che rispetta l'ambiente, che rispetta la natura e che va contro la speculazione edilizia e gli appalti pubblici. Perché praticamente, per quello che ne so io, la Riserva è nata nel 1981 e praticamente è andata a bloccare una strada panoramica che doveva collegare San Vito con Scopello, tutto a fini ovviamente... [sorridente] accordi politici, appalti, eccetera, eccetera. Quindi praticamente andavano a distruggere un ambiente naturale, solo per scopo di lucro. E invece hanno fatto, grazie agli ambientalisti, hanno fatto questa riserva, che praticamente non solo rispetta l'ambiente, ma porta anche tanto turismo. Io non le nascondo che tanti vengono a San Vito Lo Capo proprio perché sanno che c'è questa riserva naturale.

I-: Quindi attrae...

S-: Attrae tanto.

I-: Cosa rappresenta per lei lo Zingaro? Ha un significato particolare?

S-: Ehm, un significato particolare... Il significato particolare... più che altro è un'area che rispetta l'ambiente... è una riserva sia di mare che di terra... è quindi praticamente è un'area che, una zona, un pezzo di territorio che dovrebbe esserci, dovrebbero essercene di più, in sostanza. A mio parere. Anche la zona prima della Riserva, per esempio, qua a San Vito, il tratto di pre-riserva, se lei la osserva praticamente è tale e quale alla riserva naturale.

I-: È vero: l'ho visto.

S-: Però, saranno iniziati quindici, vent'anni fa, ha costruire delle piccole abitazioni, magari circondate di verde... poi quelle piccole abitazioni sono diventate, si sono ingrandite, con il tempo, e gli hanno fatto le ville di lusso, eccetera, eccetera, ostruendo la panoramica, però vanno contro a quello che il piano regolatore generale.

I-: Per San Vito cosa rappresenta la Riserva dello Zingaro?

S-: Penso che sia un vanto, il vanto di San Vito, immagino, perché, come ho detto prima, tanti vengono proprio perché sanno che c'è... a parte che abbiamo una bellissima spiaggia, un mare pulito, molto bello... vengono proprio di proposito perché sanno che c'è questa riserva e praticamente, non dico il 100% ma il 99% delle persone che vengono a San Vito dedicano una giornata alla Zingaro. Magari quei pochissimi che non ci vanno, proprio non ci vanno perché magari hanno dei bambini piccoli e quindi è difficile gestire le due cose. Però...

I-: Quali sono gli aspetti positivi, le risorse dell'area protetta?

S-: Ehm... le risorse... gli aspetti positivi sono che essendo una riserva sia di mare che di terra è proibita ogni forma di caccia, quindi, praticamente lì soprattutto la zona a mare, visto che anche con il fermo biologico pochi se ne curano, soprattutto quelli che fanno caccia no sportiva, la pesca non sportiva e vanno a distruggere il mare... Invece lì, quella è un'area in cui tu praticamente non puoi assolutamente pescare ed è una cosa molto importante.

I-: E invece i vincoli? I punti di debolezza, gli aspetti negativi della Riserva?

S-: Mah... guarda aspetti negativi sinceramente non me ne vengono in mente. Perché alla fine è ben organizzata, ben attrezzata... ci sono tutti i sentieri che collegano le varie spiaggette oppure con la parte montana. Ogni... adesso non so, ma ogni tot metri c'è un cestino per inserire lattine e tutto quanto, fatto... sai... in canne intrecciate per la raccolta della spazzatura.. Quindi sinceramente non me ne vengono aspetti negativi. È ben gestita, si paga una piccola quota di soldi di solo tre euro e questo per permettere praticamente alla Riserva di finanziarsi. Una cifra penso onesta.

I-: Come giudica la gestione dell'area protetta da parte dell'Azienda Foreste Demaniali?

S-: Appunto, dicevo questo praticamente... ecco questa è una conseguenza della sua domanda... Credo che sia ben gestita perché alla fine pagare una piccola quota permette di gestire al meglio la Riserva. Il personale mi sembra in numero sufficientemente adeguato, sia dalla parte montana che da quella costiera. E dà fra l'altro questa riserva, a parte che essere un'attrazione e portare turismo, dà lavoro anche a tante persone che magari non hanno la possibilità come noi, che ci

reputiamo fortunati, ad avere una struttura alberghiera in una zona come questa vicino al mare, ci sono altre persone che non hanno questa fortuna, però vedi alla fine molti ragazzi o signori sono impiegati lì ed è lì che lavorano e quindi hanno anche loro un lavoro.... tra l'altro anche annuale, perché anche d'inverno la Riserva è aperta. Quindi molto bene.

I-: Secondo lei potrebbero essere fatti dei miglioramenti nella gestione? C'è magari qualche servizio che dovrebbe essere offerto in più?

S-: Mah... forse... adesso non so se hanno iniziato... forse praticamente dovrebbero essere, dovrebbe esserci all'ingresso della Riserva, sai, magari un punto di... anche qualcosa non di fisso... senza strutture fisse... tipo un punto vendita che magari, soprattutto di bevande fresche... qualche... perché lì all'inizio della Riserva solitamente non c'è niente. O comunque mi pare che negli anni scorsi, un paio di mesi l'anno c'era un camioncino che praticamente si metteva lì... adesso non so se è iniziato alla Riserva. Però questo dovrebbe esserci già dall'inizio, quanto meno dai primi di maggio, sì. Perché quest'anno i primi di maggio ci sono andato diverse volte a portare degli ospiti e ancora non c'era. Quindi è sempre un servizio che non essendoci niente poi, sono sette chilometri di costa, un punto dove puoi comprare qualcosa di fresco potrebbe essere utile.

I-: Sì, potrebbe essere utile... Secondo lei il territorio attorno alla Riserva dello Zingaro dovrebbe essere maggiormente meta di turismo?

S-: Il territorio attorno... quello che dicevo prima... Quella zona lì praticamente più che meta di turismo, dovrebbe essere maggiormente salvaguardata, perché, hai capito, alla fine quel tratto di montagna e di costa è uguale a quella dello Zingaro, quindi dovrebbero quanto meno... ormai quelle che hanno costruito ormai pazienza... però dovrebbe essere salvaguardato, perché il timore è che quelle strutture, quelle abitazioni si allarghino a macchia d'olio e che poi distruggono...

I-: E per quanto riguarda invece San Vito e tutti i paesi fino a Castellammare, secondo lei, dovrebbero essere maggiormente frequentati dal turismo? Oppure c'è già abbastanza...

S-: Io penso che già per il numero di presenze... in base... noi dobbiamo guardare quello che abbiamo: la spiaggia è molto bella, però non è grandissima, è piuttosto grande, ma non grandissima e quindi penso che già in base al numero di persone che frequentano San Vito, io penso che... ehm... sarebbe bene anche non, non incrementare... non andare ad incrementare... cioè, andare a incrementare semmai il numero... il periodo lavorativo, ma non il numero di strutture, perché alla fine quando si arriva in periodo come quello di agosto in cui ci sta l'affollamento, penso che non sia un bene né per il turista, neanche per chi gestisce queste cose.

I-: È controproducente...

S-: Penso di sì... troppo caos!

I-: Che tipo di impatto, che conseguenze ha, secondo lei, l'attività turistica sul territorio?

S-: Conseguenze solo benefiche, penso [sorride]. Tutto, tutto...

I-: Quindi positivo come impatto...

S-: positivo, sì, perché porta lavoro a tanti, sia chi ha qualcosa di proprio, sia alle persone che vengono qui a lavorare. Non le nascondo di dire che molti ragazzi, del trapanese, del palermitano, vengono a fare la stagione qui a San Vito...

soprattutto studenti dell'alberghiero o studenti di lingue che vengono a fare le receptionist nei campeggi e negli alberghi. Quindi porta larghi benefici.

I-: E appunto i benefici, personali o in generale per San Vito, che derivano dal turismo sono soltanto di tipo economico lavorativo o c'è anche qualche altro tipo di... Quali sono gli altri benefici?

S-: Beh, a parte quello economico e lavorativo, diciamo che il turismo porta... porta anche conoscenza perché tu ti confronti con tante persone, quindi io penso che anche ti aumenta a livello culturale interagendo con le altre persone, perché ci si scambiano opinioni e si viene a conoscenza di usanze anche di altre popolazioni, perché molte persone del nord Europa vengono qui a San Vito, adesso con la tratta della Ryanair e l'apertura dell'aeroporto di Trapani, Birgi, quindi soprattutto nei periodi di bassa stagione, come maggio, giugno e poi settembre e ottobre, ti vieni a confrontare con queste altre culture che portano anche ad un aumento culturale...

I-: Sì, un arricchimento culturale.

S-: sì, un arricchimento.

I-: Cosa significa per lei rispettare l'ambiente?

S-: Eh... rispettare l'ambiente penso che, a parte che debba essere un dovere, è una cosa molto importante, perché stiamo vivendo ultimamente il cambio climatico... proprio di recente abbiamo avuto qui in Sicilia, che solitamente c'è una temperatura mite, attorno ai venti gradi (parlo dei primi di giugno, fine maggio) e poi a Bolzano c'erano trenta e passa gradi... questo penso che sia tutto conseguenza dell'inquinamento, atmosferico e non.

I-: Sicuramente... quindi rispettare l'ambiente per lei è non inquinare?

S-: Non inquinare ed anche rispettare, come dicevo prima, le zone praticamente di un notevole impatto ambientale e non andare a costruire a macchia d'olio... perché non è solo l'impatto visivo ma distruggere praticamente una zona verde, senza poi il necessario rimboschimento.

I-: L'ultima domanda...

S-: Anche il fatto delle cave, prima di San Vito... sì, porta lavoro, però poi praticamente quando tu vedi tutta quella montagna sventrata, non boschiva... poi le conseguenze climatiche poi... adesso la sto facendo un poco lunga, però... [sorride]

I-: No, no...

S-: un poco drastica! [ride]

I-: [ride]

S-: Se andiamo avanti così non è buono. [sorride]

I-: [sorride] L'ultima domanda: se le dico turismo responsabile, cosa le viene in mente? Cos'è?

S-: Turismo responsabile... ehm... lei parla dal punto di vista nostro?

I-: Cosa le viene in mente, perché non esiste una definizione praticamente... Vorrei vedere cosa viene associato liberamente a queste due parole... al *turismo responsabile*... Sia dal punto di vista di chi lo fa e di chi lo gestisce...

S-: Responsabile, non so... Dal nostro punto di vista magari potrebbe essere, sai, essere molto professionali, precisi e sinceri fin dai primi contatti, perché magari,

sai, ci sono delle persone che hanno una settimana, due settimane di ferie all'anno, aspettano con ansia per le ferie e poi magari un albergatore, o chi per lui, magari per affittarsi delle determinate camere, magari un po' più difficili da piazzare, nasconde un po' la verità e poi vai a rovinare un po' quei pochi giorni che la gente aspetta da un anno... In generale, non solo gli albergatori, ma anche... eh... il fatto degli aerei, dei voli, degli alberghi... in generale... Dal punto del turista... dal punto di vista del turista, non so...

I-: Il turista come fa ad essere responsabile secondo lei?

S-: Responsabilmente! [sorride]

I-: [sorride] È indisciplinato il turista?

S-: E volevo dire quello prima... [sorride] può capitare, può capitare! Diciamo che in linea di massima a volte ti capita uno che dovrebbe essere anche un po' più serio [sorride] e pensare che quando sei in una struttura, in un villaggio, o in qualsiasi cosa, sei in una piccola comunità e bisogna anche avere rispetto per gli altri.

I-: Sì, sicuramente [sorride]. Perfetto! Vuole aggiungere altro?

S-: No, no, grazie.

C.2. Esempi di trascrizione dell'intervista semistrutturata ai turisti

C.2.1. Trascrizione intervista n° 89_090711

I-: Se dovesse descrivere in poche parole la Riserva quali caratteristiche le vengono in mente?

S-: Che non ci sono case... quindi il non vedere case, a parte che ne ho vista una, un paio... è appunto senza... non cementificata. Ehm... e... va beh... il mare pulito, il silenzio, sì, il silenzio... a parte le persone... È quello che mi viene in mente.

I-: Va bene. Perché ha scelto di visitare questa area naturale protetta?

S-: Ehm... va beh, avevo... noi soggiorniamo vicino ad Alcamo, quindi per la vicinanza e poi perché è conosciuta, insomma ho letto su alcuni giornali, riviste e in televisione la pubblicizzavano e quindi era... insomma... importante vederla. Anche penso il significato che ha, con il fatto che è stata strappata credo con grandi sacrifici [sorride]... con lotte, insomma e che mi ricordo e poi c'è scritto anche qui che quella è stata una cosa bella, sapere che questa doveva essere una strada: che goduria! [sorride] E che non hanno più fatto la strada... quello è più che altro il significato che ha. Insomma che penso che sia una bella conquista.

I-: È soddisfatta della visita alla Riserva che ha appena effettuato?

S-: Sì, sì, sì. Siamo stati poco... siamo stati alla prima spiaggia, la caletta giù... però, sì.

I-: Quali sono i motivi che l'hanno resa soddisfatta... insomma?

S-: Ehm... il fatto che è proprio natura, cioè non c'è niente, non c'è nessuna spiaggia attrezzata, non c'è niente di niente... nessuno che ti vende nulla! [ride] Spiaggia e mare e basta! Penso che basti quello! È proprio naturale il rapporto...

naturale con il mare...

I-: Quali sono secondo lei gli aspetti positivi, le risorse di questa area naturale protetta? I punti di forza...

S-: Cioè... va beh, penso l'accoglienza, uno, perché veramente mi ha sorpreso [sorride] e il fatto che appunto venga preservata... non è che è stato iniziato un lavoro e poi... invece vedo che continua e rimane così. Ehm... penso quello sia... cioè che la cosa principale sia quella... cioè che continui a rimanere così, che non ci siano infiltrazioni strane e magari mettere una cosa e fare... cioè che rimanga così... che duri! [sorride] Che stia durando questa cosa.

I-: Secondo lei ci sono dei punti di debolezza, delle criticità o dei vincoli nell'area?

S-: No, penso di no... io ho visto solo la prima, ma penso che no... anche il sentiero è normale perché si sta parlando di un sentiero accidentato, quindi più di così non si può migliorare... ehm... A mare ho visto che la gente rimetteva tutto nel suo sacchettino, quindi credo che insomma [ride] quindi direi un'informazione buona... I cartelli ci sono perché è abbastanza... cioè si arriva facilmente, è ben segnalata... quindi sai che c'è? Che mi sembra che la mano dell'uomo non si vede [ride] e credo che vada bene!

I-: Come giudica la gestione dell'area protetta da parte dell'Azienda Regionale Foreste Demaniali?

S-: No, no buona! Almeno dall'accoglienza, dicevo, sembrava buona. Sì, sì, sembrava carina.

I-: E secondo lei quali potrebbero essere possibili miglioramenti? Eventuali...

S-: Uhm... a parte togliere queste cose di supporto appoggiate qui... però, no almeno per quanto posso [ride] cioè più naturale possibile... quindi più di così, non... credo che non si possa fare... L'uomo credo che è meglio che intervenga il meno possibile, visto i danni che fa, quindi, credo basta preservarla ed è già il massimo che si può fare, quindi.

I-: Ok. Come considera l'accoglienza ricevuta dalla gente del posto?

S-: Ehm... va beh, buona! No, no, ripeto quello che ho detto prima: [ride] buona, buona! Sì, sono molto cordiali... no, no, niente da ridire, proprio molto cordiali, sì, sì, sì.

I-: Secondo lei quali sono le conseguenze... Anzi, quali conseguenze ha dell'attività turistica sul territorio?

S-: Allora, dipende credo! Secondo me un turismo... allora non c'entra il turismo di massa o meno... comunque educato a rispettare il territorio, penso che sia la prima cosa, quindi... penso che il turista può fare più che bene, è proprio una risorsa, però, insomma, se non è educato, magari o va educato o comunque aiutato a rispettare [sorride] il posto, ecco! Però, sì, credo che sia la prima risorsa per queste... per le riserve naturali in generale... certo, appunto rispettando... se si dice che non si può andare oltre i sentieri e non si possono fare alcune cose, insomma... basta rispettare queste cose, quindi credo che il turista sia... (la domanda era questa?) [ride]

I-: Cosa significa per lei rispettare l'ambiente?

S-: Eh! Allora... [ride] Allora il più possibile appunto non intervenire nel

cambiarlo... eh... cioè lasciarlo proprio a sé... eh... Secondo me, proprio l'ambiente in generale parlando... proprio intervenire il meno possibile e sicuramente migliorarlo, nel senso di pulire se ci sono zone da ripulire... il sottobosco... le cose, aiutare... Però più di tanto non intervenire! Ecco! Cioè l'uomo dovrebbe intervenire il meno possibile. Se sono zone aspre, zone carsiche, zone più o meno piane... ecco non costruire e più o meno lasciare... cioè ci sono zone dove l'uomo non dovrebbe stare! [ride] Quindi è già tanto avere una riserva, dove uno possa passare... però, ecco, in punta di piedi! Chiedendo permesso... e va benissimo: la natura ha già deciso per noi e quindi è inutile stare a forzare, perché poi l'abbiamo visto cosa succede.

I-: L'ultima domanda: cos'è per lei il turismo responsabile? Cosa le viene in mente?

S-: E il turismo responsabile è questo: arrivare e rispettare il territorio in cui si va! Credo che sia la cosa... ehm... che sia quello, cioè non arrivare... io come persona odio abbastanza i camperisti, ma non perché [ride] perché non si può arrivare dappertutto con gli agi e le comodità, quindi il turismo responsabile è se vado a mare, sì, posso nuotare, però evitare di inzupparmi di creme, evitare di lasciare il mozzicone di sigarette, insomma... ehm... cercare di, appunto, aiutare le persone del posto, nel senso: vado nel ristorante, di evitare i grossi gruppi di residence, ecco! Magari il turismo responsabile penso sia questo non andare nelle multinazionali nei vari posti... credo che sia questa la cosa da fare... evitare questi giri di grosse compagnie che vanno sul posto, costruiscono, sfruttano e bastano senza sviluppare il territorio: credo che sia questo l'errore.

I-: Ok, vuole aggiungere altro?

S-: No.

C.2.2. Trascrizione intervista n° 96_140711

I-: Se lei dovesse descrivere brevemente la Riserva dello Zingaro, quali sono le caratteristiche che le vengono in mente?

S-: Innanzitutto è bellissima! Ha degli specchi d'acqua, cioè piscine naturali, che sembrano... mai visti! E poi c'è una vegetazione anche... bellissima, particolarissima questa palma... come si chiama?

I-: La palma nana.

S-: La palma nana. Poi... niente... il fatto che non c'è nessun mezzo a motore. A parte le barche, che secondo me arrivano troppo vicine! [sorride]

I-: [sorride] Quello purtroppo...

S-: E lo so: non si può far nulla! [sorride]

I-: Perché ha scelto di visitare quest'area naturale protetta?

S-: È stato casuale veramente! Eravamo in Sicilia per fare un giro, poi ovviamente sapevamo delle aree protette, compresa questa qua e quindi visto che eravamo a Castellammare, era quella che avevamo più vicina e siamo venuti a visitarla.

I-: È soddisfatto della visita alla Riserva che ha appena effettuato?

S-: Sì, della Riserva, moltissimo!

I-: Cos'è che le è piaciuto particolarmente?

S-: Il sentiero! Il sentiero con tutti quegli scorci... ogni scorcio è una cartolina!

I-: [sorridente] Quali sono secondo lei le risorse di questa area naturale protetta? I punti di forza?

S-: Uhm... la natura, non credo altro! Anche perché tutto lì è! Chi è che viene qui credo che voglia quello anche perché per fare questo sentiero [sorridente] se non ti piace quello è meglio che lasci perdere!

I-: Certo! [ride] E invece secondo lei quali sono i vincoli, i punti di debolezza di questo luogo?

S-: Mah... non lo so... non credo che ci siano... cioè il sentiero è il punto di debolezza, ma è anche un punto di forza in realtà perché evita la massa!

I-: La calca, sì!

S-: Sì!

I-: Come giudica la gestione dell'area protetta da parte dell'Azienda Foreste Demaniali? Le sembra un'area ben gestita?

S-: Secondo me, sì! Il personale che abbiamo incontrato dentro i vari musei che si incontrano sono gentilissimi e mi hanno spiegato tutto... quello dell'arte contadina e quello delle attività marinare e l'altro della pesca, quindi... Abbiamo trovato persone molto disponibili che ci hanno dato una spiegazione molto, molto approfondita.

I-: Ah! Bene! E secondo lei quali potrebbero essere dei possibili miglioramenti nella gestione? C'è qualche servizio che magari potrebbe essere inserito?

S-: Sì... se si potesse prendere dell'acqua fresca a metà sentiero [sorridente] non sarebbe male! [ride]

I-: [ride] E una cosa molto richiesta a quanto pare... Quindi la possibilità di bere qualcosa durante il percorso?

S-: Sì, perché ne abbiamo portata tanta, ma non basta, perché si suda tantissimo.

I-: Non basta mai con questo caldo! [sorridente] Come considera l'accoglienza che ha ricevuto in questi giorni di vacanza in Sicilia dalla gente del posto?

S-: Ottima! Sì, sì, sì!

I-: Si è sentito ben accolto in Sicilia?

S-: Sì, sì, sì. L'accoglienza è stata molto calorosa. Molta disponibilità abbiamo trovato dappertutto.

I-: Secondo lei che conseguenza ha l'attività turistica sul territorio siciliano?

S-: Per dirti la verità, ho trovato che è un po'... secondo me poco curato... si ha un poco la sensazione di abbandono e di degrado in qualche zona, soprattutto non nelle grandi città, parliamo, eh! E quella è la cosa che un po' mi ha quasi infastidito, perché ci sono delle aree bellissime, specchi di mare bellissimi, spiagge bellissime... poi dopo trovi, basta che un attimo giri a piedi per le vie del centro e trovi molto abbandono.

I-: Sporczia?

S-: Sì, sporczia... quella ne abbiamo trovata tanta. E non pensavo!

I-: Cosa significa per lei rispettare l'ambiente?

S-: Per esempio c'è questa bottiglietta d'acqua finita e la porti nel secchio della spazzatura. Bisognerebbe tenersi queste cose in mano fin quando non incontri un

secchio della spazzatura. Già quello cambierebbe tanto le cose.

I-: Quindi non sporcare!

S-: Non sporcare! È quello!

I-: L'ultima domanda!

S-: Sì! [sorridente]

I-: Se le dico turismo responsabile cosa le viene in mente? Che cos'è secondo lei?

S-: Questo che ti ho appena detto secondo me! Avere rispetto per tutto, sia per il mare, per i sentieri... anche semplicemente nelle città, se hai qualcosa da gettare aspetta un cestino! [sorridente]

I-: [sorridente] Non c'è questa urgenza!

S-: Non c'è questa urgenza! [ride]

C.3. Esempi di trascrizione dell'intervista semistrutturata agli operatori dell'Ente Gestore

C. 3. 1. Trascrizione intervista n° 07_160511

I-: Allora, per iniziare... se lei dovesse descrivere la Riserva dello Zingaro in poche frasi, quali sono le principali caratteristiche che le vengono in mente?

S-: Va beh! Io quando di solito accompagno i gruppi.. ehm... innanzitutto la prima presentazione: nel senso che la Riserva dello Zingaro è la prima istituita in Sicilia, per cui è stata quella che ha dato l'input alla nascita di tutte le altre riserve, che sono più di novanta e ma, soprattutto perché ha impedito la costruzione, la nascita di una strada... che è importantissimo perché comunque stiamo parlando degli anni Ottanta in cui non c'era una sensibilità ambientale che c'è ora e di conseguenza impedire la nascita di una strada che in quel momento rappresentava la civilizzazione era più la strada che la riserva, la riserva sembrava quasi un rimanere indietro. È stata una conquista molto grande. E infatti lo vediamo oggi anche con l'afflusso di visitatori, la gente che viene in questa zona della provincia di Trapani, viene proprio per la Riserva dello Zingaro, moltissimi stranieri... Dopo di che, ovviamente, è una riserva che è sempre stata antropizzata, ma nonostante tutto l'uomo ha sempre vissuto molto in equilibrio con la natura, non l'ha mai deturpata... eh... per cui i primi insediamenti già risalgono al mesolitico: le necropoli trovate nella Grotta di Uzzo... E di conseguenza, dopo di che è sempre stata una zona che è stata vissuta dall'uomo, dai contadini... però, sempre molto in equilibrio con l'ambiente naturale, con la natura.

I-: Cosa rappresenta per lei questo luogo?

S-: Eh... io devo dire che è da vent'anni che ci lavoro e non mi stanco mai di camminare all'interno della Riserva [sorridente] perché secondo me... eh... ti dà sempre un... un paesaggio diverso, non è un paesaggio che ti stanca... che... le fioriture possono cambiare. Ho l'opportunità di imparare sempre cose, perché comunque per il lavoro che faccio io, non è un lavoro che ti fermi nel conoscere le

cose, no? È un lavoro molto ampio... tu devi avere una conoscenza molto ampia, di conseguenza, è sempre una conoscenza in crescita, sicuramente.

I-: E secondo lei cosa rappresenta questo luogo per l'Azienda Foreste Demaniali?

S-: Beh, per l'Azienda Foreste Demaniali è un fiore all'occhiello la Riserva dello Zingaro perché è la prima, è stata sempre gestita dall'Azienda Foreste Demaniali e, diciamo, unisce mare e montagna, il che non è in tutte le riserve... ehm... è un po' proprio il baluardo, ecco... quella che ha portato... è quella anche gestita, che è stata sempre gestita in maniera... da, da, da... da dargli un input maggiore a tutte le altre riserve... eh... anche perché ha un grosso afflusso di turisti, che comunque non penso abbiano le altre riserve, proprio perché qua c'è una doppia possibilità: in questo periodo e in autunno ci sono i trekking, perché gli stranieri vengono tantissimo per fare il trekking ed uniscono anche il bagno a mare... e poi c'è il bagno a mare, per cui ha una doppia possibilità, ecco!

I-: Quali sono le riserve... le risorse, scusi, di questa area naturale protetta? I punti di forza...

S-: Eh... aspetta, forse non... I punti di forza in che senso? Nel senso...

I-: Gli aspetti positivi... che possono costituire un vantaggio di questo luogo rispetto ad altri.

S-: Ah! Va beh... senz'altro il fatto, appunto, che ci sono queste possibilità duplice e il fatto che puoi unire il trekking al farti un bagnetto a mare... ci sono delle calette stupende, che secondo me non hanno niente da invidiare ad Hawaii, Haiti e a questi posti, insomma... per cui...

I-: Assolutamente...

S-: ... un mare incontaminato perché comunque non ci sono degli scarichi diretti qua, ma oltre a questo, abbiamo un forte indicatore ambientale che è il *trottoir* a vermeti che è un forte indicatore ambientale per il mare e di conseguenza un fondale bellissimo, perché per chi fa immersioni c'è un fondale meraviglioso anche per quanto riguarda il mare... e poi il fatto che abbia avuto poi anche una storia molto forte: non c'è solo un discorso naturalistico, c'è anche un discorso di storia, di quello che c'è stato all'interno di questo posto... per cui la marcia che ha simbolizzato, appunto, il... l'arrivare a fare una riserva e la creazione dei vari musei che poi ci sono all'interno rispetto poi tutte le...

I-: E quali sono invece i vincoli, dell'area protetta? Se... Punti di debolezza, di difficoltà...

S-: Uhm... beh... questo, ovviamente... Diciamo che le aree protette hanno dei vincoli in quanto aree protette, però è anche giusto che ci siano, perché altrimenti... poi i vincoli forse potranno non essere visti molto bene da alcuni proprietari delle case eh... perché ovviamente, però, lo sapevano che nel momento in cui mantenevano la proprietà, dovevano sottostare... e nel momento in cui gestisci una cosa a livello pubblico, devono esserci dei vincoli, perché altrimenti... cioè devi mettere delle regole, ecco... che poi sono giuste: quello di non raccogliere piante, quello di non andare a caccia e quello di non... eh... essendo una riserva orientata, c'è l'intervento dell'uomo, però solo per quanto riguarda quello che già esiste, per cui magari, appunto, impiantare delle piante che però già sono presenti in riserva... ristrutturare alcuni caseggiati che però già sono

presenti... No, io penso che i vincoli siano giusti... quelli che ci sono insomma... non...

I-: Come giudica la gestione dell'area protetta da parte dell'Azienda?

S-: Beh... io penso che sia stata sempre una buona gestione, ecco... con... ci sono sicuramente le difficoltà e i problemi magari ci sono stati lungo il corso, però tutto sommato è stata sempre una buona gestione, anzi... si sono sempre cercate di fare manifestazioni varie anche per... eh... uh... perché la Riserva non è solo questo turismo, anche a livello culturale, ad esempio moltissime scolaresche ed attività di educazione ambientale perché la Riserva deve essere anche un... un qualcosa che serve ad educare... cioè non solo per venire... cioè c'è chi è già educato, però serve anche per le nuove generazioni per dare un input diverso, ad avvicinarli alla natura... per cui, no, penso che abbiamo sempre... la Riserva ha sempre cercato di... chi ha gestito la Riserva ha sempre cercato di fare il meglio, insomma...

I-: Quali sono i possibili miglioramenti della gestione? Qualcosa che andrebbe migliorato...

S-: I possibili miglioramenti... eh... non so... ovviamente ce ne sono sempre, ma sono in fase anche nel senso che... sì, ci sarebbe per esempio il museo naturalistico da sistemare, ma è in fase... ecco, ci vogliono anche dei... ci sono dei tempi proprio di realizzazione delle cose... uh... penso che anzi c'è anche il personale che ci lavora che ha sempre dato il massimo, perché bene o male sono sempre persone che da vent'anni lavorano qua dentro... e qualcuno anche di più... eh... hanno sempre dato il massimo per fare... per far funzionare al meglio, ecco! Perché comunque, come lo sono io, perché io sono pure un'operaia all'interno di questa Riserva, con mansioni diverse, ma ognuno ha sempre cercato dare il proprio contributo... diciamo che siamo legati anche affettivamente a questo posto.

I-: Secondo lei il territorio attorno alla Riserva (tutto quello che ci sta attorno) dovrebbe essere maggiormente meta di turismo?

S-: ... Allora... ehm... parliamo dei territori limitrofi...

I-: Sì, sì!

S-: ... per cui io penso che San Vito abbia... sia già lanciato abbastanza bene come posto turistico... Castellammare, sicuramente, ha delle pecche rispetto a questo, ma non a livello di strutture, perché le strutture ci sono... eh... E devo dire comunque che negli ultimi anni qualcosina è migliorata, non so perché non sia mai partito, ecco, un po' di più anche perché secondo me Castellammare ha delle potenzialità maggiori, essendo... essendo vicino a due autostrade... all'autostrada, vicino a due aeroporti... cioè, per cui è un punto abbastanza di snodo... per le amministrazioni che ha avuto non è mai decollato molto bene a livello turistico, però le strutture ci sono... eh... anzi, diciamo che sono stati bloccati per vari anni dei piani regolatori che volevano un po' speculare sulla zona e fare costruzioni... invece una rivalutazione della casa-albergo, della ristrutturazione delle case che già esistono nel paese e che sono magari abbandonate, ecco!

I-: Secondo lei quali sono gli impatti, le conseguenze, dell'attività turistica sul territorio?

S-: Beh... sicuramente la Riserva ha arricchito i territori limitrofi perché qua arrivano circa 200.000 visitatori all'anno da tutto il mondo... eh... non tutti

vengono a risiedere a Castellammare o San Vito, ovviamente c'è chi si ferma anche e poi fa il giro, però sicuramente ha dato, ha portato una ricchezza molto forte al territorio, perché secondo me se vengono in questa zona, moltissimi vengono (mi capita di chiedere alle persone) proprio per la Riserva dello Zingaro.

I-: E quindi quali sono i benefici che derivano alla comunità dal turismo?

S-: Certamente c'è un arricchimento del territorio, insomma in tutti i sensi, perché ovviamente se il turista viene qua alloggia, l'albergo, il ristorante, il supermercato... insomma c'è...

I-: per l'economia?

S-: Esatto! A livello economico c'è un arricchimento un po' per tutti, ecco... che è quello che io dico anche sempre quando accompagno dei gruppi che appunto, diciamo, la strada sarebbe stata un arricchimento di pochi... per un po' di anni... un forte arricchimento per poche persone ma breve, mentre la Riserva è un arricchimento a lungo termine, cioè è un continuo... una continua ricchezza anche culturale, non solo... ma anche economica, perché comunque se la gente viene ovviamente i paesi limitrofi ne hanno un beneficio, certo!

I-: Cosa significa per lei rispettare l'ambiente?

S-: Rispettare l'ambiente... Rispettare l'ambiente è un discorso culturale, secondo me, nel senso che non è solo non buttare la carta a terra... parte anche da quello, però in effetti è educazione, è un discorso di educazione... eh... noi infatti facciamo anche un progetto di educazione ambientale all'interno della Riserva, che si ci rifacciamo all'Istituto per la Terra Americano, che parte proprio dal principio che l'educazione ambientale non è portare i ragazzini a raccogliere l'immondizia dalla spiaggia e poi magari il giorno dopo sono loro stessi che buttano la carta a terra e non è nemmeno bla, bla, bla, perché hai ragazzini annoia, ma è invece avvicinarli alla natura giocando, portarli in quel posto... cioè, io quando faccio l'educazione ambientale qua, cerco di trasmettere l'amore per questo posto... ma anche quando magari accompagno il gruppo... cerco di trasmettergli l'amore per questo posto, perché solo l'amore ti impedisce di rovinare un posto... Infatti loro l'esempio lo fanno, per dire: «Se tu leggi un necrologio di una persona che non conosci, ti può dispiacere, ma non la conosci, se invece purtroppo se ne va una persona cara, che tu conosci, ovviamente è diverso» e lo stesso discorso, perché spesso e volentieri il pianeta non è visto come nostro, no? È visto come pianeta nostro la casa, dentro... neanche davanti alla porta può essere considerato quasi quasi... per cui, lo spreco di energia, di acqua... ah... l'utilizzo dei sacchetti di plastica... qualche volta mi capita la signora al supermercato che dice: «Va beh... sembra che sono i sacchetti di plastica il danno»... i danni sono i sacchetti di plastica, assieme a tutte le altre cose... io dico sempre che bisogna iniziare, ovviamente, nel proprio piccolo, da una cosa alla volta... se tu già inizia a non buttare la carta a terra... già comunque tu fai qualcosa... «Sì, ma tutti gli altri la buttano»... va beh... piano, piano (gli spieghi) il mio esempio, farà capire agli altri che non è giusto buttarla... Se io la butto pure, io non do neanche l'esempio agli altri, non do neanche questo messaggio. Io parto da questo principio, per cui sicuramente il rispetto dell'ambiente è un discorso di educazione e l'educazione partirebbe dalle famiglie, ovviamente, perché noi... io è ovvio che una giornata in Riserva per una scolaresca è sempre una pietra lanciata in un lago... farà dei

cerchi, però, qualcuno raccoglierà... sempre qualcosa... magari non rimarrà su tutti e cinquanta ragazzi, ma sempre qualcuno raccoglierà e sempre qualcosa che tu... un contributo che dai, ecco!

I-: Certo! L'ultima domanda: cos'è per lei il turismo responsabile?

S-: Il turismo responsabile è il turismo che rispetta l'ambiente, per cui un turismo che sia rispettoso, cioè che non vada a deturpare l'ambiente, come dicevo prima, la casa-albergo, al posto di costruire qua... Sarà stato un sette otto anni fa che abbiamo fatto una marcia, tanto per cambiare [sorridente]

I-: [sorridente]

S-: ... da Guidaloca a Scopello, perché il piano regolatore di Castellammare prevedeva di costruire in tutta questa zona prima della Riserva, che già è stata deturpata molto, tra l'altro sono tutti terreni non edificabili, perché terreno franoso, terreno vicino al mare e quindi non edificabile, ma lasciamo perdere questo... eh... però, c'è una zona anche su, vicino ai faraglioni, Cala Alberelli, che è una zona di interesse archeologico, dove sono stati trovati dei reperti archeologici... per cui, ecco... perché andare a rovinare, era un po' come fare la strada qua e fare alberghi qua... perché andare a rovinare, quando ci sono un mare di case in paese... Ecco: diamo degli incentivi alle persone per fare la casa-albergo... diamo... come succede in altre regioni, che si sviluppano sul turismo, diamo la possibilità, per dire: dei prestiti a fondo perduto... ristrutturiamo la vecchia casa, facciamo una casa vacanza, perché non è... non sono tutti che cercano l'albergo quattro stelle, tu devi offrire una vasta gamma... devi offrire la pensioncina... un po' come Rimini, no? Che ti offre una vasta gamma di offerte per cui la famiglia che ha poco può muoversi pure, perché non spende molto e quello che cerca il cinque stelle, lo trova pure, ecco! Dare questa possibilità a tutti di potersi muovere... questo sicuramente è importante.

C. 3. 2. Trascrizione intervista n° 17_180511

I-: Allora, come prima domanda, semplicemente le chiedo: se lei dovesse descriverla in poche frasi quali sono le principali caratteristiche della Riserva che le vengono in mente?

S-: Con poche frasi... è un territorio protetto, incontaminato... ehm... con una potenzialità enorme... è una potenzialità enorme questa qua... da non, da evitare però... come dire... di renderlo un po' più fruibile alla massa, perché effettivamente il territorio, la Riserva non è molto grande, è piccola, quindi poi un afflusso troppo enorme di persone potrebbe un po' danneggiarla. Quindi fruibile sì, ma per le persone che sono proprio interessate all'ambiente: è questa la cosa importante.

I-: Cosa rappresenta per lei questo luogo?

S-: Va beh... oltre il luogo dove lavoro, questo è ovvio [sorridente] questa qui è una cosa che magari tutti hanno detto: il luogo dove lavoro. Va bene... rappresenta per me una scoperta, perché effettivamente io come residente di Castellammare del Golfo... a volte noi residenti scopriamo le cose, dopo gli altri, dopo gli estranei [sorridente]... è una cosa che io scoperto da vent'anni a questa parte, anche se ho quarantotto anni, fino ai ventotto anni la Riserva dello Zingaro era soltanto così la possibilità di andare a farsi il bagno in queste calette così, ma non conoscevo la

Riserva effettivamente, com'è il suo territorio vero e proprio, capito? Poi quando ho cominciato a lavorarci ho capito che effettivamente la Riserva dello Zingaro non è mare, non è solo mare, ma la Riserva dello Zingaro è un territorio completamente diverso, un territorio veramente da scoprire... e quindi c'è questa differenza che effettivamente non si conosce bene il posto dove si abita, lo conoscono meglio gli altri [sorride].

I-: [sorride] È vero! Cosa rappresenta secondo lei questo luogo per l'Azienda Foreste Demaniali?

S-: Cosa rappresenta?... Va beh... l'Azienda della Riserva dello Zingaro ne ha fatto sempre un emblema, perché come prima riserva ad essere istituita in Sicilia... quindi, diciamo che è la punta di diamante, il territorio... come dire... più pubblicizzato perché effettivamente è il più conosciuto da... ovviamente l'Azienda non è che ha solo la Riserva dello Zingaro, cioè ha tante altre riserve che gestisce... eh... quindi, noi siamo un po' più fortunati rispetto alle altre riserve perché a differenza di altre riserve noi abbiamo una direzione interna che gestisce la Riserva e quindi abbiamo la possibilità di gestire meglio questo territorio e siamo sul posto, quindi l'azienda che ha dato questa possibilità di dare una Direzione alla Riserva... cosa che non hanno le altre riserve e questo mi dispiace perché ci vorrebbe sempre...

I-: Certo... è un limite...

S-: dare una piccola direzione ad ogni riserva per gestire meglio...

I-: Le difficoltà?

S-: le difficoltà del territorio, sì.

I-: Quali sono secondo le risorse dell'area naturale protetta? I punti di forza... gli aspetti positivi...

S-: Va beh... i punti di forza di un'area protetta, di una riserva, dico, purtroppo, sono il fatto che a volte non abbiamo più questi territori incontaminati... e allora noi ci rivolgiamo a queste aree protette, a queste riserve... Non dovrebbe essere così, noi dovremmo avere tante aree, ma non protette, aree da poter usufruire liberamente e le dobbiamo proteggere perché effettivamente vuol dire che ancora non c'è quello stato di civiltà da poter evitare le norme per poter salvaguardare un territorio, un bene comune. Quindi le riserve, penso che sono importanti perché è quello che rimane del nostro territorio, quello che rimane del nostro passato, perché anche le riserve, le aree protette sono anche... io le vedo anche come dei monumenti che piano piano stavano per scomparire perché noi purtroppo come uomini e con la nostra avidità non le capiamo queste cose, le capiamo dopo che le abbiamo perse. Quindi per me hanno questa importanza. E poi per quanto riguarda tutto il resto, l'area protetta si capisce che un'area in cui ci sono alberi, piante... che sono dei polmoni importantissimi per noi... e questo. Poi, anche le aree protette nelle montagne, nelle colline, nei valloni... sono sempre qualcosa di buono perché ci proteggono dalle erosioni e tante altre cose che normalmente l'acqua produce quando mancano i boschi o le superfici alberate.

I-: Quali sono i vincoli dell'area naturale protetta? Cioè gli aspetti deboli, di debolezza o negativi, in qualche maniera...

S-: Mah... vincoli diciamo come regolamento o cose?

I-: Sia come regolamento o più che altro dal punto di vista di voi che ci

lavorate... quali sono le difficoltà legate proprio al...

S-: Le difficoltà che noi vediamo sul territorio?

I-: Sì, legate proprio all'area protetta.

S-: Mah... difficoltà è che a volte viene difficile gestire un po' tutto l'afflusso di gente che arriva all'interno della Riserva, perché noi non siamo pochi, ma a volte, secondo i periodi o secondo le giornate ci viene un po' difficile gestire anche le cinque/seimila persone in un solo giorno, perché tutte queste persone poi statisticamente, poi succede sempre qualcosa: più sono le persone e più è facile che, più è probabile che ci possano essere incidenti, ci possa essere qualcuno che stia male... l'afflusso di gente... e questo... Quindi più volte siamo stati chiamati noi a intervenire per soccorso come nucleo di vigilanza e grazie anche agli operatori della Riserva così che danno una mano... eh... Poi limiti... quali sono? Va beh... limiti sono più che altro il fatto che anche la gente del posto non capisce bene, molte persone non capiscono bene l'importanza della Riserva e la vede come un territorio che è stato espropriato, un territorio che non è più suo, un territorio che è stato dato in mano ad estranei... e allora bisogna fargli capire pure questa differenza... eh... poi, non lo so di cosa dobbiamo parlare: dei limiti del nostro lavoro come Corpo Forestale [sorridente]?

I-: No, già questo è abbastanza...

S-: [sorridente] Ci sono limiti che vanno oltre il fatto della Riserva...

I-: No, no, quelli legati proprio alle caratteristiche dell'area protetta.

S-: Allora, quelli.

I-: Quelli che lei ha già detto...

S-: E poi magari anche il fatto che nella Riserva non ci sono strade e quindi ci sono solo sentieri... Questo è un bene e un male... però io penso che sia più un bene che un male, anche se ci fosse una strada sarebbe meglio controllarla... ma tutto sommato va bene anche così. Forse è meglio che non ci sia strada [sorridente] e che ci siano i sentieri [sorridente].

I-: Come giudica la gestione dell'area protetta da parte dell'Azienda?

S-: No, io... certamente non posso parlare male dell'Azienda, perché l'ho detto l'Azienda ha l'area protetta dello Zingaro come un emblema, quindi cerca di provvedere a renderla quindi più efficiente possibile. Certamente non è l'unica area protetta che deve salvaguardare perché ce ne sono tante altre, quindi... purtroppo le risorse sono quelle che sono... Si può dire che le risorse non bastano mai [sorridente], ma noi cerchiamo nel nostro piccolo di utilizzare queste risorse che l'Azienda ci dà per sfruttarle il più possibile, però per il resto posso dire che l'Azienda ha a cuore la Riserva dello Zingaro.

I-: Quali potrebbero essere possibili miglioramenti di gestione? Cioè qualche aspetto che non è stato ancora diciamo sviluppato adeguatamente magari...

S-: Mah... di gestione, per quanto riguarda la Riserva... non lo so... io... da parte mia personale?

I-: Sì, la sua opinione in merito

S-: Bisognerebbe un po' agevolare le persone che visitano la Riserva, per quella che è e non per il mare... cioè agevolare queste persone che vogliono fare trekking, che vogliono andare nella parte alta, che vogliono scoprire queste... la

vera riserva... pubblicizzare pure questo aspetto importante della Riserva... eh... quindi, puntare un po' più sulla qualità che sulla quantità: questa è una cosa mia personale... poi... Io la penso così: la qualità del visitatore per me è più importante della quantità, anche se a volte, magari, si vogliono numeri. Io la penso così.

I-: Secondo lei il territorio attorno alla Riserva, quindi tutto ciò che ci sta attorno, da Castellammare a San Vito, dovrebbe essere maggiormente meta di turismo, rispetto a quanto già lo è oggi?

S-: Ma, io... siamo sempre così, come mio parere...

I-: Sì.

S-: Io penso che va bene così com'è... non è... a volte il turismo sì, può portare all'economia di un paese più ricchezza, però a volte troppo turismo comincia un po' a... come dire... ad avere dei problemi, dei problemi di gestione... problemi anche per quanto riguarda il territorio, cioè... io sono contento che la parte, questa parte occidentale della Sicilia sia, rispetto alla parte orientale, un po' meno turistica, però a detto di turisti e visitatori che vengono hanno fatto i complimenti perché hanno trovato ancora un territorio selvaggio, aspro, incontaminato... una cosa che proprio nella parte orientale della Sicilia non hanno trovato [sorridente]... non c'è più... e questo.

I-: Quindi... si riallaccia, quello che lei mi sta dicendo adesso, alla domanda che volevo farle dopo: che tipi di impatto, di conseguenze ha secondo lei il turismo sul territorio?

S-: Eh... l'ho appena detto... se il turismo è un turismo intelligente, un turismo così, non eccessivo, tutto sommato, può dare ricchezza certamente... può dare ricchezza a un paese. Se comincia ad essere un turismo un po' troppo pressante, un po' troppo numeroso anche quel tipo di turismo «Prendi e fuggi!» [sorridente] non so... una cosa del genere [ride]... si cominciano ad avere dei grossi problemi di impatto. Ovviamente noi, diciamo che in questi venti anni stiamo cominciando a capire che il turismo può essere una soluzione importante per la nostra economia... eh... quindi stanno cominciando ad aprire un po' di B&B ed alberghi, cose che magari prima non avevamo. L'importante è, siamo sempre là, evitare gli eccessi, evitare gli eccessi perché poi si comincia un po' ad andare un po' oltre e a perdere quella che è la... come dire... l'immagine del territorio vero e proprio.

I-: Quindi secondo lei quali sono i benefici personali o per la comunità che derivano dal turismo in questo territorio?

S-: Va beh... i benefici per la comunità ci sono... Tutti i luoghi dove c'è il turista prima o poi qualcuno ha qualche beneficio. E se qualcuno ha un beneficio automaticamente lo hanno anche gli altri, perché questo che guadagna deve spendere soldi [sorridente]...

I-: [sorridente] Certo!

S-: con la speranza che li spenda sempre qua sul posto e non vada a spenderli da qualche altra parte [ride]. Quindi il turismo ha dei benefici enormi per la comunità, per la collettività di un posto. Io la penso così tutto sommato... però siamo sempre là: un turismo intelligente e controllato.

I-: Cosa significa per lei rispettare l'ambiente?

S-: Mah... rispettare l'ambiente è per me una cosa importantissima, però, io sono del parere, essendo che mi occupo anche di educazione ambientale, che per

rispettare l'ambiente bisogna conoscerlo... è così, ma non solo per l'ambiente ma per qualsiasi cosa.... anche per una persona... per rispettarlo ed amarlo e volergli bene, bisogna conoscerlo... quindi, io spero che si conosca bene il territorio, che ognuno ci metta un po' di passione per il lavoro che fa o per l'ambiente dove vive. In questo caso penso che il rispetto è normale, è automatico... non c'è bisogno di averlo inculcato da qualcuno... io... non si può mai inculcare il rispetto, si può... bisogna inculcare la conoscenza di quella persona, ecco!

I-: L'ultima domanda: secondo lei che cos'è il turismo responsabile?

S-: [sospira] Il turismo responsabile... va beh, poco fa ne abbiamo parlato un po': c'è il turista che... e poi ci sono turisti e turisti [sorride]. Ci sono quelle persone che magari di un posto cercano di conoscere il massimo di quel posto là per conoscerlo bene e in questo caso rispettarlo, in questo caso. C'è gente che magari ha delle pretese diverse, il turista che magari vuole conoscere... come dire... vuole le comodità di quel posto. Ma le comodità di quel posto a volte sono diverse da quelle che il posto effettivamente può dare... le comodità del posto. E quindi ci sono dei turisti responsabili che sanno a cosa vanno incontro, sanno cosa li aspetta e cercano di prendere anche i minimi particolari di quel posto ed apprezzarlo per quello che è. E ci sono dei turisti per i quali non è così, turisti che magari... turisti fanno i turisti e basta [ride]... e vogliono stare una settimana solo a non pensare a niente e fregarsene completamente di tutto e in questo caso è diverso... Ma purtroppo non siamo tutti uguali!

I-: Perfetto! Questa era l'ultima domanda... grazie!