

[LAS VEGAS]

Ogni volta che sento addetti ai lavori dell'industria turistica interrogarsi sull'influenza dei social media sul proprio settore, noto che le parole chiavi sono "foto", "selfie" e, soprattutto, "instagrammabile". Si tratta di un neologismo che sta diventando parte del linguaggio comune, al punto che un infinito numero di destinazioni stanno facendo a gara per promuoversi come il perfetto sfondo da selfie. La prova è che le città di tutto il mondo stanno lanciando Instagram tour dedicati esclusivamente a portare i turisti in luoghi di particolare interesse estetico, per poi scattare foto da postare online.

Guardando alla crescente febbre da selfie da parte dei viaggiatori, lo scorso gennaio [il sito CNN Magazine ha pubblicato un interessante articolo](#) dedicato alla relazione tra fotografia e turismo sostenibile. L'articolo, scritto da Lilit Marcus, guarda al fenomeno dell'*overtourism*, il sovraffollamento turistico, cercando di capire come le nostre fotocamere contribuiscano a creare una situazione di scarsa sostenibilità.

La domanda al centro dell'articolo di Marcus è: se i divieti di scattare foto fossero più numerosi e rigidi, avremmo un numero minore di turisti ad affollare certe attrazioni e destinazioni? La giornalista si riferisce a casi eclatanti, come per esempio Hanoi, in Vietnam, dove il governo ha dovuto chiudere una tratta ferroviaria perché troppo instagrammabile. La decisione è nata dopo che l'eccessivo numero di turisti ha quasi portato a un grave incidente. Ci si chiede, quindi, se l'idea di bandire le fotografie possa essere uno strumento contro il tanto dibattuto *overtourism*. Cercando una risposta a queste domande, Marcus racconta l'idea di Jonny Bealby, proprietario di un tour operator che organizza viaggi in destinazioni poco conosciute e che ha deciso di lanciare un'insolita iniziativa. L'imprenditore, infatti, offre quattro viaggi durante i quali è vietato usare il cellulare, che i partecipanti devono consegnare all'arrivo. Se i turisti vogliono fare qualche scatto, viene data loro una macchina fotografica, ma niente cellulari. Così facendo, si evita la frenesia di voler postare sui social media ogni cosa che si vede. Fino ad ora, la reazione dei clienti sembra essere positiva. In questo caso, si potrebbe tornare a vedere la fotografia come un'arte, invece che come una sorta di obbligo verso i contatti social.

Nell'articolo della CNN non manca un esempio italiano. Marcus spiega infatti come nella Cappella Sistina, uno dei luoghi più congestionati al mondo dal punto di vista dei flussi turistici, ci sia la regola di non scattare foto. Sfortunatamente, spiega la giornalista, i visitatori non resistono alla bellezza del capolavoro di Michelangelo, e il numero di fotografie scattate e postate sui social ogni giorno non si ferma.

E qui, la mente va a un altro grande dibattito ampiamente discusso oggi a livello accademico.

Diversi esperti, infatti s'interrogano sulla (mala)educazione dei turisti e su come si possa "educare" i viaggiatori, facendo sì che diventino più attenti e sensibili alle regole della destinazione che si trovano a visitare.



"Train street", Hanoi

Guardando all'attuale stato del settore turistico, è facile notare come in termini di fotografie la bilancia penda da due lati. Da una parte, c'è una promozione delle destinazioni instagrammabili in costante aumento. Dall'altra, ci sono attrazioni che decidono di bandire o limitare la possibilità di fare fotografie, ma che non hanno ancora numeri alla mano che possano dimostrare un calo di visitatori. È difficile dire se quest'ultima strategia funzioni, dato che ci vorrà del tempo per avere dei dati concreti.

Nel frattempo, è comunque interessante notare una crescente consapevolezza e sensibilità nei confronti del sovraffollamento turistico. Se da un lato ci sono i fatti, ossia le iniziative concrete, dall'altro dobbiamo ammettere che solo il fatto che si inizi a parlare di certe tematiche e strategie è un passo in avanti. Diverse ricerche dimostrano che sempre più turisti scelgono mete che percepiscono come sostenibili. Magari il bando delle fotografie potrà rientrare un giorno tra quelle strategie di marketing responsabile di cui si parla tanto oggi nel settore dei viaggi.